

SecretulBanilor.com



Supremația Blogurilor

În Ghid Care Îți Spune Pas Cu Pas
Cum Să Ajungi La Peste 300\$ Pe ZI
DIN BLOGURI



Supremația Blogurilor Andrei Hasna & Ovidiu Lazăr

Supremația blogurilor

ANDREI HASNA

OVIDIU G. LAZĂR

Secretele Unui Blog De Succes

www.SecretulBanilor.com

Conținutul este copyright (C) 2010 www.SecretulBanilor.com și S.C. Rebel Media S.R.L. Toate drepturile rezervate.

Această carte este protejată de lege.

Nicio parte a acestui document nu poate fi reprodusă sau transmisă sub orice formă, prin orice mijloace (electronice, e-mail, fotocopiare, înregistrare ș.a.) fără permisiunea prealabilă a www.SecretulBanilor.com și S.C. Rebel Media S.R.L.

Informațiile din această carte sunt opinii ale autorilor și sunt cu scop informativ și educațional.

Nici autorii, nici www.SecretulBanilor.com și nici S.C. Rebel Media S.R.L. nu sunt responsabili pentru rezultatele sau efectele secundare rezultate în urma aplicării acestor sfaturi.

Cuprins

Cuprins.....	3
Despre autori	6
Despre carte.....	9
Capitolul întâi:.....	12
Introducere în lumea bloggingului	12
De ce ai absolută nevoie de un blog?	12
Cea mai bună metodă de a-ți face un blog.....	13
Câți bani poți face din bloguri?.....	16
Exemple de oameni care au făcut bani din bloguri	17
Cele 5 principii fundamentale ale unui blog modern	18
Capitolul al doilea:.....	23
Cum sa-ti alegi cea mai buna nisa.....	23
Capitolul al treilea: cum sa-ti instalezi propriul blog	31
Cele mai importante tipuri de bloguri	31
Cum să alegi corect numele blogului.....	34
Lucruri de bază pe care trebuie să le cunoști despre WordPress	37
Cum sa instalezi WordPress din CPanel.....	39
Cum să instalezi WordPress de pe WordPress.org.....	44

16 pluginuri absolut necesare pentru WordPress	46
Capitolul al patrulea: 12 elemente de design pe care trebuie sa le ai pe blogul tau	75
Capitolul al cincilea: cum sa adaugi continut pe blog care îți va aduce bani.....	87
Cum să adaugi conținut de calitate	94
Cum să scrii un articol care vinde	97
Cum să scrii articole optimizate SEO	105
Cum să găsești pe cineva care să scrie în locul tău.....	107
Capitolul al saselea: cum sa aduci trafic pe blog	113
Povestea celor trei investitori.....	113
Cum să aduci trafic care convertește	115
Cum să aduci trafic din rețelele sociale	120
Cum să aduci trafic cu AdWords.....	122
Cum să aduci trafic din comentarii	125
Cum și unde să scrii comunicate de presă despre blogul tău.....	127
Capitolul al saptelea: cum construiești o relație durabilă cu vizitatorii	133
Cum ieși adresa de email	133
Cum alegi un program de e-mail marketing.....	136
Cum să scrii o secvență de emailuri care îl va face să dea click	138
Capitolul al optulea: cum sa faci bani din blog.....	149
Cum să faci bani cu Google AdSense	149
Cum să faci bani prin afiliere	155

Cum să faci bani din rețelele CPA	165
Capitolul al noualea:	174
Marketingul viral pentru bloguri	174
Anexa: Resurse necesare bloggerilor	211

Despre autori

Andrei Hasna:

Am crescut la țară. De mic copil mă uitam la alții cum își trăiesc viața și cheltuie o grămadă de bani, iar eu nu puteam să fac asta.

Nervos pe situația în care eram, **mi-am jurat să fac bani pentru a trăi cum vreau eu, fără să depind de nimeni.**

Când m-am mutat la oraș am descoperit Internetul, apoi oportunități de a face bani online. Și le-am încercat pe toate. Sisteme PayPerClick, PaidToClick, afiliere, vânzări de produse, surveyuri, cam tot ce e de încercat.

Am lucrat și pentru alții care în timp mi-au devenit mentori. Un lucru e sigur, oricât de mult ar zice cineva că nu e bine să ai un șef, nu are dreptate.

E chiar foarte ok să lucrezi pentru o persoană de la care ai ce învăța. Asta am făcut eu. Vreau să-ți povestesc un lucru ce mi-a schimbat aproape în totalitate gândirea despre marketingul online și succesul în viață.

Într-o seară, când tocmai îi terminasem proiectul unui om de afaceri, ne-am pus la povești. Așa cum făceam noi deseori după ce lucrurile erau în ordine. Cum mie nu îmi place să ezit atunci când simt că trebuie

să-i spun ceva unui om, i-am reproșat tipului că plătește prea puțin pentru munca efectuată și vrea prea mult.

Apoi i-am zis că mie îmi place să fac doar anumite lucruri și dacă ceva nu îmi convine, atunci nu fac. M-a lăsat să vorbesc vreo două minute singur. Două minute în care i-am spus tot ce aveam pe suflet și i-am amintit ca de acum încolo o să-i fac doar proiectele care îmi plac. A urmat o tăcere de câteva secunde, în care mă așteptam să fie de acord cu tot ce zisesem.

A continuat scurt: „Andrei. Un bărbat trebuie să facă exact ceea ce are de făcut”. N-am înțeles pe moment. Și nici el nu mi-a oferit o altă explicație. Oare ce o fi vrut să zică? Mi-am repetat asta în gând vreo 2-3 zile. Aveam să îmi dau seama mai târziu.

Dacă îți dorești să ai succes, nu contează că e vorba de bani, femei, cerșit sau vândut brazi de Crăciun... dacă într-adevăr îți dorești să ai succes, atunci vor exista și lucruri pe care va trebui să le faci, pentru ca mai târziu să poți face tot ce ai visat.

Așadar, te invit să pășești alături de mine spre descoperirea secretelor succesului pe internet...

-Andrei Hasna

Ovidiu G. Lazăr

Călătoria mea în domeniul marketingului pe Internet a început în noiembrie 2008, când am început lucrul la prima mea carte. Am avut foarte mare noroc că am nimerit pe o nișă bună, unde exista interes din partea oamenilor pentru ceea ce eu aveam de oferit.

Dacă aş fi început cu un blog pe care nimeni nu l-ar fi citit, probabil că nu ai mai citi aceste rânduri.

Am pornit cu capul înainte, fără să ştiu mai nimic despre ce înseamnă să porneşti un blog.

Fiind şi programator, mi-am permis să eşuez mai repede, pentru că tot eu m-am ocupat şi de partea tehnică.

Abia după 6 luni am aflat că există o veritabilă ştiinţă în spatele unui blog de succes. Am mai petrecut încă 6 luni învăţând ca nebunu tot ce prindeam legat de marketingul pe net, apoi afacerea mea a explodat.

Pe www.FiiCuStil.ro am creat o comunitate pasionată de stilul vestimentar masculin. De-a lungul celor doi ani de existenţă am aplicat sute de tactici pentru a face blogul meu mai vizitat şi apreciat, tactici pe care le vei afla şi tu.

Însă, peste toate aceste tactici, am aplicat regula de aur din spatele oricărui blog care se vrea lider de nişă: grija pentru vizitator. Conţinutul de calitate, după cum o să descoperi în paginile acestei cărţi, este cel care va face lumea să îţi aprecieze blogul şi, mai apoi, să cumpere de la tine.

Ce am învăţat eu în doi ani de zile de blogging, tu vei afla în 2 ore... Apoi, nu rămâne decât să aplici ce ai citit şi să te bucuri de reputaţia şi banii pe care numai munca inteligentă ţi le pot aduce.

-Ovidiu G. Lazăr

Despre carte

După mai bine de patru ani de experienţă în lumea afacerilor online, am decis că e timpul să împărtăşesc şi altora despre cum se fac banii pe internet.

Aşa am scris Secretul Afacerilor Pe Internet, în care am vorbit despre cele mai profitabile patru tipuri de afaceri. Acum e timpul să fiu ceva mai specific, de aceea am creat acest manual.

Pe de o parte asta, pe de altă parte faptul că bloggingul mi-a plăcut încă de când am început să iau contactul cu marketingul online. Este o formă foarte frumoasă de a transmite informaţie şi a face bani. E în acelaşi timp foarte plăcut, în special dacă eşti atras de nişa pe care te-ai axat.

Ce îşi propune cartea?

Tot ceea ce vei găsi aici sunt explicaţii concrete, pas cu pas, începând cu deschiderea unui blog şi până la câştigul banilor din acesta.

Obiectivul este clar: bani! Cât mai mulţi bani! Însă înainte de asta, trebuie să ai anumite cunoştinţe şi principii despre marketingul online, iar acum în special despre blogging.

Ce îmi propun eu?

O să fiu sincer cu tine. De mic mi-am dorit să ajut oamenii. Să aduc un pic de valoare în viața lor. Însă nu de asta am scris acest manual. L-am scris în primul rând pentru că în ultimii doi ani am realizat cât de mult muncesc unii oameni pentru câțiva lei, în timp ce alții se distrează prin vacanțe pe la Bora Bora sau se plimbă cu elicopterul.

Nu spun că banii se câștigă ușor. Dar dacă înveți anumite lucruri, atunci ai ocazia să fii tu în locul celor care, atunci când vor să-și aleagă unde să se ducă în vacanță, doar iau harta și aleg la întâmplare un loc, știind că pot să-și permită orice. Așadar, ce îmi propun? Să-ți arăt cum lumea bloggingului îți poate aduce independența financiară!

De ce ai absolută nevoie de un blog?

Una dintre cele mai ușoare modalități de a-ți începe o afacere online, indiferent de faptul că ești începător sau avansat, rămâne crearea propriului blog sau bloguri.

Cu o platformă atât de dinamică la fel ca WordPress, poți crea foarte simplu un site dinamic fără să mai fi nevoit să dai banii unui programator pentru asta, și fără să fie necesară cunoașterea vreunui limbaj de programare.

Nu numai că bloggingul este una dintre cele mai ușoare metode de a-ți crea propriul site, dar este și cea mai rapidă cale de a-ți

construi o rețea întreagă de siteuri profitabile, fiecare pe o piață diferită.

Un lucru foarte interesant atunci când vine vorba de propriul blog este cât de automat pot să faci tot acest sistem.

Poți să adaugi conținut din timp pe acesta, apoi să setezi ca acesta să fie afișat peste câteva săptămâni. Poți să îl faci foarte interactiv doar activând tot felul de pluginuri. Și multe multe alte lucruri interesante despre care vom vorbi în cele ce urmează.

Dacă de exemplu nu ești experimentat când vine vorba de design, nicio problemă. Există zeci de mii de teme sau poate chiar mai multe din care poți să o alegi pe cea care ți se potrivește ție.

În ultimii patru ani de zile, o mulțime de lucruri s-au schimbat în lumea blogurilor. Lucruri care au ținut o perioadă și lucruri care țin acum.

Desigur, lucrurile fundamentale ale întregului sistem rămân cam aceleași. Totuși, odată cu evoluția tehnologiei, există câteva așa-zise „trucuri” cu ajutorul cărora poți să monetizezi mult mai bine un blog.

Capitolul întâi:

Introducere în lumea bloggingului

De ce ai absolută nevoie de un blog?

Blogul este probabil cea mai ușoară cale de a face bani pe Internet, fără cunoștințe tehnice serioase. Dacă ai sute de mii de dolari, un site facut de la zero de o firma specializată va fi cu siguranță mai bun... însă și mai costisitor.

Un blog îți permite să fii "prezent online" în maxim 10 minute, odată ce ai domeniul și hosting-ul cumpărate.

Dacă ai un blog instalat, poți creea practic milioane de pagini, legate între ele, puse pe categorii, pe date și pe autori. Flexibilitatea este maximă.

Cea mai bună metodă de a-ți face un blog

Un lucru e sigur: eu prefer blogurile pe domenii plătite decât cele gratis. E altfel când spui blogulmeu.com decât blogulmeu.blogspot.com.

De aceea consider că metoda cea mai bună de a-ți face un blog este pe un domeniu personal cu host propriu. Iar ca și platformă, desigur – Wordpress.

De ce Wordpress?

Mai ții minte când erai mic și ai întrebat-o pe mama ta dacă ai putea să faci ceva ce toți ceilalți copii fac deja? Ea spunându-ți „Dacă toți ceilalți ar sări de pe un pod, ai sări și tu cu ei?”.

În ciuda faptului că niciunul dintre prietenii mei nu a sărit de pe vreun pod vreodată ☺ sfatul e clar: fii propriul tău stăpân și te vei descurca mai bine în viață.

Sfatul funcționează la fel de bine și în cazul nostru. Când vrei să alegi o platformă de blogging foarte bună, ești tentat să o alegi pe cea care are mai mulți useri. De ce? Pentru că împreună cu acei useri vin o mulțime de lucruri bune: o comunitate la care poți să

apelezi când vine vorba de probleme întâmpinate, o grămadă de optimizări pentru platforma respectivă, o grămadă de materiale cu detalii tehnice etc.

Wordpress are toate aceste lucruri în spate. Foarte multe siteuri populare folosesc platforma respectivă. Ia ca și exemplu New York Times.

Ca să nu mai vorbesc de faptul că Wordpress e gratuit. Oricine poate să-l folosească și chiar să modifice codul.

Buun, iar acum trebuie să discutăm despre ceva foarte important.

Diferența dintre WordPress.com și WordPress.org

Așa cum ți-am spus la început, prefer blogurile cu host personal. Ce înseamnă asta? Ia să vedem.

Un blog pe WordPress.com

WordPress.com postează bloguri pe gratis. Nu trebuie să ai vreun domeniu sau host propriu. Însă totuși, există câteva lucruri care nu îmi plac și care sunt mai mult decât sigur că nici ție nu îți vor plăcea:

- **URL-ul Blogului:** Va fi ceva de genul blogultau.wordpress.com. Dacă vrei un blog pentru afacerea ta, atunci nu îți recomand în niciun caz așa ceva. E lipsit de profesionalism.
- **Te costă dacă vrei mai multe opțiuni.** Wordpress.com îți pune la dispoziție câteva opțiuni avansate pentru care trebuie să plătești.
- **Nu ai acces la cod.** Asta spune totul. Nu îți poți modifica tema așa cum vrei tu să arate decât dacă plătești. Și nu îți poți încărca o temă personalizată. Ca să nu mai vorbesc de faptul că există o grămadă de plugin-uri foarte importante de care nu vei beneficia.

În concluzie, Wordpress.com este o unealtă bună de încercat dacă ești începător în lumea bloggingului și nu ai planuri foarte mari cu blogul respectiv.

Un blog cu host propriu

Cealaltă opțiune pe care o ai este să-ți descarci ultima versiune de pe Wordpress.org și să o instalezi singur. Datorită faptului că îți vei hosta blogul singur, poți să decizi ce tipuri de pluginuri vei instala, cum îți vei personaliza tema etc.

După cum am discutat și în Secretul Afacerilor Pe Internet, instalarea Wordpress se face într-un mod foarte simplu.

Despre asta voi vorbi în capitolul al 3-lea, unde îți voi arăta o metodă mult mai simplă prin care poți să ai Wordpress instalat în mai puțin de 2 minute.

Câți bani poți face din bloguri?

Probabil n-o să mă crezi însă sunt oameni care fac peste 30 000 de dolari din blogurile lor. desigur, aceste bloguri sunt în engleză, unde piața este mult mai mare.

Totuși, și cu un blog românesc poți face peste 2-3000 de dolari pe lună.

Modalitățile cele mai comune de a face profit din blogging sunt:

- Prin vânzarea propriului produs
- Vânzarea produselor altora (A.K.A. marketing afiliat)
- Prin Google AdSense
- Prin rețelele CPA
- Prin vânzarea de spațiu publicitar
- Printr-un magazin de comerț electronic atașat blogului pe care să vinzi mai multe produse (fizice sau electronice)
- ...și multe alte metode

Vom vorbi despre acestea în ultimul capitol.

OK. Sper că acest capitol introductiv te-a entuziasmat și că ești pregătit să-ți pornești propriul blog. În capitolele următoare vom vorbi despre cum să îți alegi cea mai bună nișă, cum să-ți instalezi blogul și cum să aduci vizitatori pe site.

Exemple de oameni care au făcut bani din bloguri

Nu vreau să dau nume de persoane din România care fac mulți bani din blogging – majoritatea preferă să rămână în anonimat.

Un lucru este cert: un blog popular nu înseamnă neapărat că se monetizează bine. Îți voi da câteva exemple de bloggeri străini, alături de sumele pe care le fac:

Frances Kerr (www.highonhealth.com): 5 000\$ pe lună

Will Hamilton (www.fuzzyyellowballs.com): 15 000\$ pe lună

Tyrone Shum (www.tyroneshum.com): 10 000\$ pe lună

Sunt cifre impresionante, nu-i așa? Un lucru este sigur: acești bloggeri nu au job și își dedică 100% din timp afacerii lor. Acesta

este unul din secrete: să nu lucrezi pentru alții, să lucrezi pentru tine.

Cele 5 principii fundamentale ale unui blog modern

Înainte de a porni la drum, vrea să îți dau câteva principii de care o să te lovești în fiecare zi. O să te rog să te întorci la această pagină de câte ori este nevoie pentru a e memora. Iată-le:

1. Cunoaște-ți vizitatorul.

Acesta este cel mai important principiu. Indiferent de nișă, indiferent de cum monetizezi, trebuie să știi care sunt cele mai adânci probleme și dorințe ale celui care intră pe site-ul tău.

Abia apoi poți începe să găsești metode prin care poți să îl ajuți.

2. Pune conținut de calitate.

Un conținut slab nu numai că un va convinge vizitatorul să spună prietenilor despre el, dar nici măcar el însuși nu-l va citi. Google, când afișează site-urile în paginile de căutare, ține foarte mult cont de acest lucru.

Deci oferă cât mai mult conținut de calitate, care să facă oamenii să stea cât mai mult pe site sau să-i facă să cumpere.

3. Adună cât mai multe linkuri către site-ul tău, și cât mai de calitate.

Google știe că dacă un site are foarte multe linkuri către el, înseamnă că o grămadă de oameni îl consideră valoros. Asta înseamnă două lucruri:

- Îl pune mai sus când caută lumea pe Google
- Are mai mult trafic pentru că va atrage lume de pe alte site-uri direct pe el

În paralel cu scrisul de conținut, ai nevoie de o campanie fără sfârșit de a face alte site-uri să pună link către tine. Fă acest lucru și vei fi în fața a 95% din bloggeri (români sau străini).

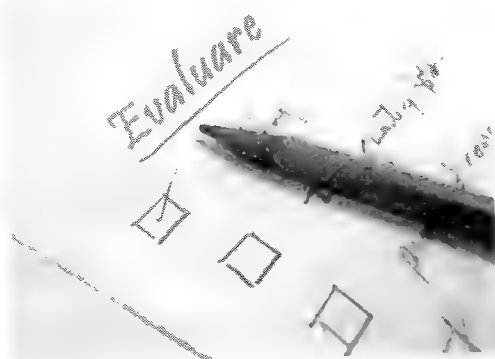
4. Fă-ți un brand personal.

Un blog de succes e pe buzele tuturor. Apare în conversații la cafele, pe alte site-uri, pe rețelele de socializare și chiar la TV. Dacă vrei ca blogul tău să fie de succes, trebuie să-ți faci un brand din numele blogului tău.

5. Nu face totul singur.

Fiecare om are o capacitate de muncă limitată. Nu te încăpățâna să le faci pe toate singur pentru că șansele de izbândă sunt mici. Dacă ești la buget redus, angajează pe cineva care să facă stric

lucrurile la care nu te descurci deloc. Apoi, pe măsură ce faci bani din el, investește-i înapoi, în alți oameni care să te ajute să-l duci și mai departe. Rețeta e simplă.



Evaluare Personală:

Introducere în Lumea Bloggingului

Acesta este primul test de evaluare personală din carte. Te vor ajuta să reții mai ușor informațiile citite și îți vor simplifica drumul spre succesul online.

1. Vreau să te gândești la următoarele lucruri și să răspunzi în 1-2 propoziții:

a. Care sunt cele mai importante bloguri pe care le cunoști?

b. De ce un blog pe WordPress.com nu este bun pentru un plan de lungă durată?

c. Ce alți prieteni ai care au bloguri? E important să-i notezi, vei avea nevoie de ei mai încolo.

2. Vreau să îți faci o listă de zece posibile domenii de care ești atras și în care ai putea să-ți creezi propriul blog. Pune-ți următoarele întrebări:

a. Ce cunoștințe am din acest domeniu?

b. Ce cunoștințe aș putea să le ofer oamenilor?

d. Care e cea mai mare frustrare sau dorință a oamenilor legată de fiecare din aceste domenii?

c. Cum am de gând să monetizez blogul?

Domeniul cel mai important pe care l-am ales este:

Capitolul al doilea: Cum sa-ti alegi cea mai buna nisa

Nici nu pot să-ți spun cât de important este acest pas. E de fapt cheia la totul. Dacă nu ai o nișă bună, este foarte probabil ca blogul tău să nu aibă succes.

Am vorbit despre asta foarte detaliat în Secretul Afacerilor Pe Internet. De aceea nu vreau să te plictisesc prea mult. Însă țin să-ți reamintesc câteva lucruri importante.

Alegerea nișei este crucială. Trebuie să îți petreci mult timp selectând piața și construind cuvintele cheie.

Grăbește-te la această etapă și vei putea sfârși făcând o grămadă de muncă pentru nimic.

Primul lucru pe care trebuie să îl faci este să te gândești pe ce te axezi în blogul tău. Pe promovarea unui produs afiliat sau Google AdSense și venit din vânzarea de publicitate?

Fiecare preferă anumite metode. Unii folosesc Programe de afiliere, alții Google AdSense.

Nu pot să spun că există o rețetă minune care să meargă perfect. Eu am să le iau pe rând.

Dacă vrei să îți deschizi un blog pe care să promovezi produse prin afiliere, uite care sunt pașii pe care trebuie să-i faci pentru a descoperi cele mai bune nișe:

În primul rând trebuie să faci o listă cu potențialele programe de afiliere. Și să le alegi pe cele care au cel mai mare succes. Eu prefer ClickBank (după cum știai deja) pentru că are cel mai bun preț pe vânzare.

Poți de asemenea promova o mulțime de produse: informaționale (e-book-uri) sau materiale, folosind Commission Junction, eJunkie și Amazon.

Revenind, primul lucru pe care trebuie să-l faci este să te duci pe ClickBank. La secțiunea MarketPlace. Aici, după cum cel mai probabil știi deja, există o multitudine de produse informaționale.

Caută câteva ore prin toate categoriile și subcategoriile. Ți se pare mult? Poate. Însă amintește-ți: 10 minute petrecute pe hârtie te pot scuti de 2 luni petrecute degeaba muncind la un blog care nu va avea succes.

Nu e nevoie să te duci mai mult de 2-3 pagini în fiecare din categorii pentru că majoritatea siteurilor de succes vor fi pe prima pagina.

Dacă vrei să petreci și mai mult timp căutând o nișă bună, atunci este o idee excelentă să urmărești produsele noi și să vezi dacă au

urcat de pe paginile 4-5 pe pagina a 3-a sau a 2-a. Apoi le promovezi pe blog.

Aceasta pare să fie o metodă foarte bună prin care eviți competiția și ai conversie foarte bună.

Odată ce ai găsit câteva produse, e timpul să le studiezi mai atent:

După cum știi, principalele lucruri la care trebuie să te uiți sunt:

- %sale - procentul de vânzări – care trebuie să fie peste 50%. Însă caută produse care te plătesc cu peste 65% pentru a avea cele mai bune rezultate.
- %refd – procentul de vânzări generate de afiliați. Vrei ca acesta să fie de 60-70% sau chiar mai mult. Cu o singură excepție: dacă produsul este nou și afiliații încă nu-l promovează. Atunci trebuie să fie cât mai mic.

Din câte îmi aduc aminte, îți mai spuneam despre Gravity și importanța acestuia atunci când promovezi un produs: trebuie să fie cât mai mare.

E adevărat, însă acum îți mărturisesc că și produsele cu gravity mai mic se vând destul de bine. Totul depinde de piața pe care ești.

Buun, cu asta am vrut să-ți reamintesc cât de important e market research-ul.

Acum e timpul să faci o listă de posibile produse care consideri ca sunt bune pentru a le promova.

Următorul pas este să evaluezi cât trafic din motoarele de căutare poți aduce pe blog. Desigur, așa cum știi și tu, traficul va veni din mai multe locuri, însă asta e cea mai ușoară metodă de a beneficia de potențiali clienți.

Poți face asta folosind două unelte extrem de folositoare:

<http://freekeywords.wordtracker.com>

Ai mai jos un print screen cu siteul:

FREE keyword suggestion tool

Find keywords that include...

...the following keyword(s)

how to loose weight

Adult Filter: ☐ Remove offensive

Why not try the Keywords tool free for 7 days?
Take the Free Trial

keyword	Searches (1)
how to loose weight	448
how to loose weight fast	170
how to loose weight fast 2008	27
how to loose weight fast 2009	70
how to loose weight fast 2010	97
how to loose weight fast 2011	38
how to loose weight fast 2012	53
how to loose weight fast 2013	51

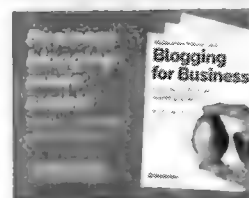
Keyword Expert Newsletter

Articles, case studies and tips to grow your business with keyword research

Your name

Email address

We respect your privacy



Why search engine optimization experts think Wordtracker is an essential investment?

și desigur, cel despre care știai deja:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

De asemenea o resursă excelentă de care nu cred că ți-am spus, este MSN Ad Center. Dacă nu ai cont, îți poți face unul, însă te va costa undeva în jur de 5 dolari.

Îți sugerez să folosești una din cele două de mai sus împreună cu rezultatele de pe MSN. Ceea ce trebuie să faci este să cauți câteva cuvinte cheie relevante pentru nișa respectivă.

Acestea pot fi găsite în cuvintele cheie ale siteului produsului sau produselor pe care vrei să le promovezi.

Fără trafic, blogul tău nu va fi niciodată de succes. Traficul reprezintă partea vitală când vine vorba de bani.

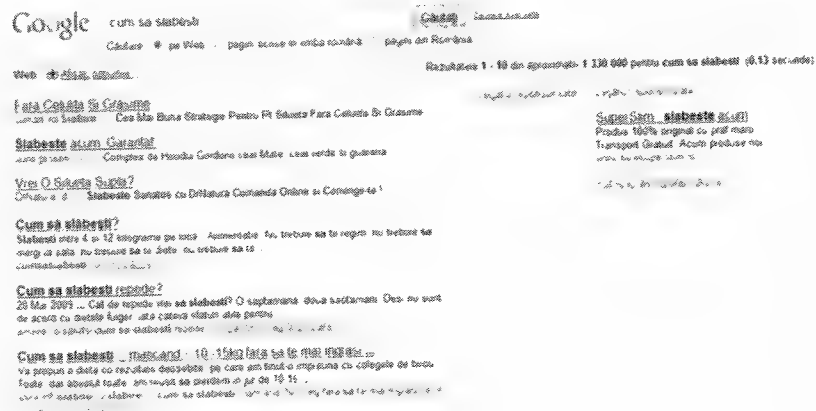
Dar cum cuvintele sunt doar cuvinte, hai să vorbim despre date exacte. Uite care sunt cele trei lucruri pe care trebuie să le ai în vedere când faci researchul despre care vorbeam mai sus:

- Principalele cinci cuvinte cheie trebuie aibă cel puțin 300 pe Wordtracker, 500 pe MSN și 5,000 pe Google. Desigur, cu cât mai multe căutări cu atât mai bine.
- Poți să găsești mai mult de 5 cuvinte cheie lungi.
- Unele cuvinte cheie sunt relevante pentru problema pe care produsul respectiv vrea să o rezolve.

Acum că știi ce caută piața, e timpul să vezi dacă există advertiseri care își cheltuie banii pe AdWords pentru acele cuvinte cheie.

Simplu. Intră pe Google, apoi tastează cuvântul cheie. Eu am ales ceva în română: „cum sa slabesti”.

Acum, în partea dreaptă vei vedea dacă există advertiseri care plătesc bani pentru clickuri. Și de asemenea în partea de sus, pe un background colorat cu galben pal.



E NECESAR să vezi advertiseri pentru cuvintele cheie principale. Dacă nu sunt, atunci înseamnă că piața nu este prea profitabilă.

De asemenea trebuie să te uiți după produsul pe care îl promovezi. Este foarte posibil să îl vezi printre anunțurile respective de pe prima pagină.

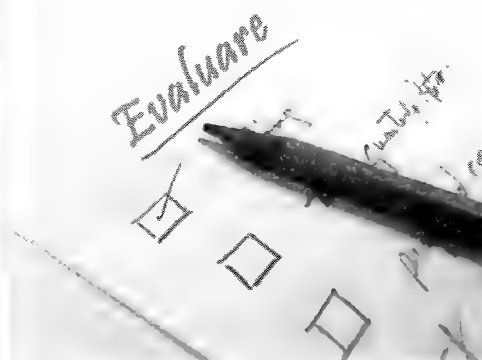
Acum, dacă vezi doar unul sau două anunțuri pentru acel produs pe prima pagină, nu e prea bine. Poți să tai nișa respectivă de pe listă.

Așadar, din cele trei metode de mai sus poți cu ușurință să-ți selectezi câteva nișe foarte bune pe care să îți bazezi blogul pentru a promova produse afiliate.

Mai sus am vorbit și despre faptul că poți pur și simplu adăuga AdSense pe blog.

Dacă așa vrei să faci, atunci nu trebuie să te îngrijorezi de lucrurile care ți le-am spus la programele de afiliere.

Cea mai bună nișă este cea care îți aduce foarte mult trafic și care plătește cel mai mult pentru click.



Evaluare Personală:

Cum să îți alegi cea mai bună nișă

1. Care este site-ul unde găsești cea mai variată gamă de produse pe care le poți promova prin afiliere?

2. Care sunt cele două unelte care te ajută să vezi ce cuvinte cheie au trafic?

3. Care este lista de nișe care mă tentează pentru a face un blog?

4. Care sunt cuvintele cheie pentru fiecare nișă pe care aş vrea să mă axez ?

Capitolul al treilea: cum să-ți instalezi propriul blog

Cele mai importante tipuri de bloguri

Am pentru tine două strategii de blogging foarte importante:

1. **Bloggingul pe termen scurt**
2. **Bloggingul pe termen lung**

Mai întâi trebuie să decizi ce tip de blogging vei „efectua”. Să îți explic strategiile pentru fiecare în parte:

Primul blog din imperiul tău online este o mică parte din tot. Are folosul lui, dar nu va dura foarte mult.

Beneficiile pe care acest prim blog ți le oferă, mai ales dacă asta e prima dată când ai creat un blog sau site, sunt următoarele:

- Îți oferă experiență în materie de blogging
- Te învață cum să folosești Wordpress
- Te învață cum să-ți administrezi propriul blog
- Îți permite să faci greșeli care nu contează

- Îți permite să faci bani și să vezi cum funcționează întreg procesul
- Îți arată cât de profitabilă este vânzarea blogurilor

Pentru că, așa cum zicea Dan Pena: „Nu ține o afacere pentru todeauna. Odată și odată se va duce la fund. Vinde-o cât e acolo sus. Apoi mai fă una. Și vinde-o și pe aia, tot când e sus. Așa se fac banii”.

Acest prim blog este un **blog pe termen scurt**.

Îți permite să încerci orice fără să-ți pese de rezultate. Îți oferă ocazia să vezi care programe de afiliere sau publicitate sunt mai bune pentru nișa ta.

Pentru că – s-ar putea să vrei să încerci unele chestii pe acest prim blog – iar acel ceva ar putea să genereze feedback negativ: de exemplu să scazi în motoarele de căutare, să îți scadă numărul de vizitatori etc. E foarte bine așa. Pentru că în același timp, vei crea un **blog pe termen lung**.

Acesta din urmă va fi online deodată cu blogul pe termen scurt, dar va conține informație mult mai bună, va avea design mai bun etc. Nu va fi doar un blog de probă pe care promovezi un produs la întâmplare.

Ci va fi piesa ce te va face să câștigi jocul de șah. Va fi un blog autoritar pe nișa sa.

Pe scurt...

Blogurile pe termen scurt:

- Sunt plasate pe hosturi de genul *blogspot.com* sau *wordpress.com*
- Sunt făcute din articole sponsorizate și articole gratuite sau de slabă calitate
- Vor avea un design slab
- Vor câștiga bani din vânzarea de publicitate – gen AdSense, posturi sponsorizate etc.
- Va fi vândut după ce a ajuns la un venit mai mare de 50 de dolari. Vândut pe minim 300 de dolari.

Blogurile pe termen lung:

- Sunt plasate în domenii nou cumpărate cu un host de calitate
- Nu se monetizează din prima lună
- Vor avea templateuri prelucrate de tine și design unic. La fel și brand.
- Vor câștiga bani din programele de afiliere, posturi sponsorizate (de la 100 de dolari în sus pe post)
- Va fi focusat pe SEO și strategii de aducere a traficului
- Va aduce un venit lunar de peste 500 de dolari înainte de a-l vinde (dacă te hotărăști să îl vinzi)

Cum să alegi corect numele blogului

Numele blogului tău este foarte important: el va rămâne același pe toată durata de viață a site-ului. Schimbarea numelui de domeniu trebuie evitat pe cât posibil.

Să vedem câteva caracteristici ale unui nume de blog de succes:

- Trebuie să descrie blogul
- Trebuie să fie cât mai scurt
- Trebuie să fie ușor de ținut minte
- [optional] Să conțină aliterații

OK, să le luăm pe rând.

În primul rând, numele blogului trebuie să fie relevant pentru nișa în care se află. Cu cât numele conține keyword-urile principale pe care te axezi, cu atât va fi mai relevant atât pentru oameni cât și pentru Google.

La momentul scrierii acestor rânduri faimosul motor de căutare are obiceiul de a pune pe prima pagină domeniile care conțin în totalitate cuvintele cheie tastate de utilizator... chiar dacă site-urile respective sunt destul de slabe.

Un nume de blog trebuie să fie cât mai scurt cu putință, pentru a fi tastat cât mai ușor. Nu îți va veni în minte numele perfect din

prima însă, dacă petreci 10 minute pe zi, în 4-5 zile vei veni cu un nume de blog perfect.

Important: De fiecare dată când găsești un nume care ți se pare foarte bun, trebuie să verifici întâi dacă nu este deja luat!

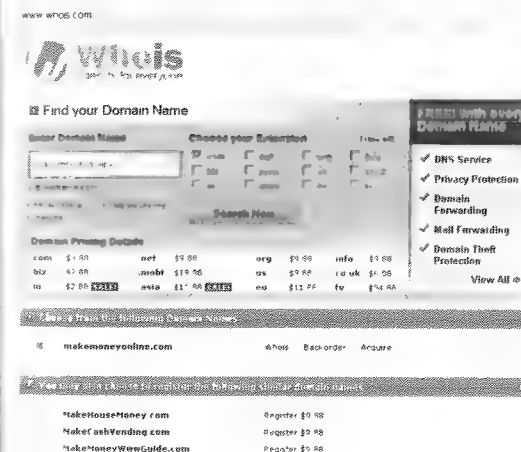
Nimic nu e mai frustrant decât să găsești un nume cu care crezi că vei face furori, doar ca să aflii că cineva a fost mai rapid decât tine și l-a cumpărat deja!

Pentru a verifica dacă un nume de domeniu e luat, tot ce trebuie să faci este să accesezi site-ul www.whois.com

De exemplu...

Să zicem că vreau să îmi fac un blog despre cum să faci bani pe internet, în engleză. M-am gândit să-i pun numele www.makemoneyonline.com

Intru pe www.whois.com și titez așa:



Am grijă să selectez numai extensiile .com, .org sau .net

Acestea sunt cele mai bune extensii pentru un domeniu.

Dupa cum vezi, îmi arată ca numele este deja luat (nici nu mă miram), și îmi ofera câteva sugestii.

Să zicem că m-am mai gandit între timp, și, mi-a venit o altă idee:

www.swifteasymoney.com

Find your Domain Name

Enter Domain Name:

Choose your Extension: ☒ com ☐ net ☐ org ☐ info ☐ biz ☐ mobi ☐ us ☐ co.uk ☐ tn ☐ asia ☐ eu ☐ tv

Search Now

Domain Pricing Details

.com	\$7.88	.net	\$9.88	.org	\$7.88	.info	\$9.88
.biz	\$7.88	.mobi	\$19.88	.us	\$9.88	.co.uk	\$6.88
.tn	\$7.88	.asia	\$12.88	.eu	\$11.88	.tv	\$34.88

Services: ☒ DNS Service ☒ Privacy Protection ☒ Domain Forwarding ☒ Mail Forwarding ☒ Domain Theft Protection

View All

După cum vezi din imaginea de mai sus, www.swifteasymoney.com este disponibil și îl pot cumpăra pe loc... asta dacă consider ca e un nume potrivit pentru viitorul meu blog.

Nota: site-ul www.whois.com îți poate verifica și te poate ajuta să cumperi doar domenii străine. Domeniile cu extensia .ro nu apar aici.

Daca vrei un domeniu .ro, trebuie să accesezi niște situri românești care îți vor spune dacă e accesibil sau nu. Spre exemplu

<http://www.tlh.ro/whmcs/cart.php?a=add&domain=register>

Care e diferența dintre un domeniu .com .org sau .net și un domeniu .ro?

Domeniile .ro merg foarte bine dacă blogul este în limba română. Celelalte domenii merg foarte bine pentru bloguri destinate publicului internațional însă se pretează și la site-urile românești.

Mai pe înțeles: e foarte OK să ai un site gen www.secretulbanilor.com pe domeniu .com, chiar dacă blogul e în limba română.

Lucruri de bază pe care trebuie să le cunoști despre WordPress

Deși WordPress-ul e apărut de ani de zile, nu s-a prezentat încă vreun pretendent la tron-ul de cel mai popular CMS.

CMS vine de la Content Management System și înseamnă practic, sistem de management al conținutului.

Conținutul e reprezentat de articole, poze, video iar acesta trebuie prezentat într-o formă cât mai atrăgătoare pentru vizitator.

Motivul pentru care WordPress este atât de popular este ușurința în utilizare dar și flexibilitatea acestuia. Dacă ar fi să ne uităm la alte CMS-uri gen Joomla, probabil că acestea ți-ar da destule bătăi de cap.

Iată câteva dintre lucrurile de bază ale WordPress:

- Sistem de template-uri
- Plugin-uri
- Teme: îți poți schimba felul cum arată întregul blog în doar câteva secunde
- Suport pentru categorii și tag-uri
- Suport pentru autori și administratori multipli
- Suport pentru pagini și post-uri ce pot fi programate să fie lansate automat la o anumită oră
- Suport pentru Feed-uri
- Protejarea articolelor cu parolă
- Uploadarea de poze și fișiere
- Salvarea de articole temporare (în caz că nu reușești să termini, salvezi în sistem și, a doua zi, continui de unde ai rămas)
- Un feature foarte interesant: îți poți trimite articolele prin e-mail la blogul tău de wordpress iar acesta le va publica automat. Folositor atunci când nu ai acces la WordPress direct
- Suport pentru arhivare: WordPress îți organizează post-urile nu numai după categorii și tag-uri definite de tine ci și după data la care le-ai publicat

- Motor de căutare integrat, ce permite utilizatorilor să caute printre articolele publicate de tine (acesta poate fi înlocuit cu motorul de căutare Google, pentru rezultate mai relevante pentru vizitatorii tăi)
- Comentarii. Cititorii își pot spune părerea vizavi de articole prin comentarii, pe care le poți edita și modera.
- Blogroll. Management integrat pentru linkuri către site-uri ale prietenilor, asociațiilor sau ce conțin resurse utile și relevante pentru vizitatorii tăi
- Import și export de articole. Poți muta articole de pe un blog pe altul cu doar câteva clickuri

Acum că ai văzut doar o mică parte din facilitățile WordPress, probabil ești la fel de entuziasmat ca și mine de această platformă.

În această carte ne vom concentra exclusiv pe WordPress ca platformă de blogging. Să mergem mai departe cu...

Cum sa instalezi WordPress din CPanel

Buun, acum hai să ne îndreptăm atenția spre cum să-ți instalezi propriul blog WordPress. În Secretul Afacerilor Pe Internet ți-am prezentat o metodă alcătuită din mai mulți pași ce ți-ar fi luat cel puțin 15 minute.

Acum vreau să-ți prezint o metodă mai simplă.

Să presupunem că ai deja luat domeniul și hostul. Acum e timpul să te autentifici la Cpanel.

www.domeniultau.com/cpanel

<https://www.domeniultau.com:2083>

sau

Apoi du-te până în partea de jos a paginii, unde vei vedea următorul lucru:



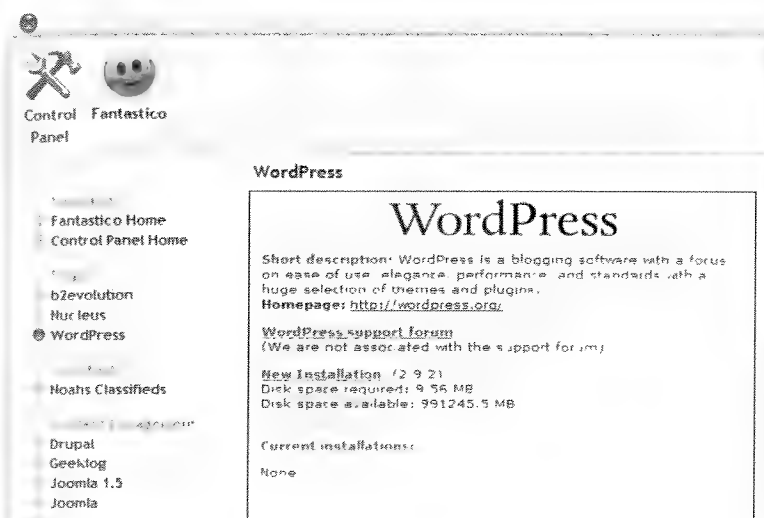
Aici dă click pe **Fantastico de Luxe**. E chiar ultimul din primul chenar. După aceea, îți va apărea ceva de genul:



Nu îți fă probleme, majoritatea hosturilor care au Cpanel ar trebui să aibă și **Fantastico de Luxe**.

Buun, acum...

Din partea dreaptă a paginii, selectează WordPress.



Îți va apărea asta. Acum, apasă pe **New Installation**. Aici vei putea să instalezi ultima versiune de Wordpress.

O să observi în imaginea de mai jos că îți va cere următoarele date:

Domeniul pe care vrei să instalezi. Adică numele domeniului pe care l-ai cumpărat.

A doua căsuță se referă la directorul în care vrei să instalezi Wordpress. De exemplu dacă pui acolo „blog” atunci wordpress va fi instalat în www.site.com/blog iar dacă nu pui nimic, atunci va fi instalat în www.site.com

Apoi, în căsuțele trei și patru vei pune numele utilizatorului pentru panoul de administrare – „admin” și parola pe care o preferi.

La Basic Configuration e simplu. Primul câmp de obicei e un nickname ales de tine – sau chiar numele tău. Adresa ta de e-mail. Numele siteului – www.siteultau.com și descrierea acestuia – aceasta trebuie să fie optimizată SEO. Despre asta voi vorbi mai multe în alt capitol.

WordPress

Install WordPress (1/3)

Installation location

Install on domain andreihasna.com

Install in directory

Leave empty to install in the root directory of the domain (access example: <http://domain/>). Enter only the directory name to install in a directory (for <http://domain/name/> enter name only). This directory SHOULD NOT exist, it will be automatically created.

Admin access data

Administrator username (you need this to enter the protected admin area)

Password (you need this to enter the protected admin area)

Base configuration

Admin nickname

Admin e-mail (your email address)

Site name

Description

Install WordPress

Acum că ai descoperit o metodă mult mai ușoară și rapidă de a instala Wordpress, e timpul să treci la munca de optimizare și modificare a blogului tău.

Cum să instalezi WordPress de pe WordPress.org

OK, să zicem că ai propriul host, ai acces la FTP și vrei să instalezi WordPress de unul singur, de la 0.

Presupunem că ți-ai luat deja hosting cu PHP și MySQL, nume de domeniu și că cele două sunt corelate.

Trebuie să te asiguri că host-ul are următoarele:

- PHP versiunea 4.3 sau mai mare
- MySQL versiunea 4.1.2 sau mai mare

Primul pas este să mergi la www.WordPress.org și să downloadezi pe calculator platforma WordPress.

Odată ce ai downloadat arhiva, e momentul să o dezarhivezi pe calculatorul tău.

Găsește fișierul **wp-config-sample.php** și redenumeste-l la **wp-config.php**.

Acum deschide acest fișier într-un editor de text și fă următoarele modificări:

```
// ** MySQL settings - You can get this info from your web host **
//
```

```
/** The name of the database for WordPress */
```

```
define('DB_NAME', 'numele_bazei_de_date_aici');
```

```
/** MySQL database username */
```

```
define('DB_USER', 'username_ul_la-baza_de_date');
```

```
/** MySQL database password */
```

```
define('DB_PASSWORD', parola_ta_aici);
```

```
/** MySQL hostname */
```

```
define('DB_HOST', 'localhost');
```

Cu un program de FTP (spre exemplu, FileZilla sau Total Commander), conectează-te la spațiul tău pe web, și copiază toate fișierele dezarivate.

Acum nu trebuie decât să navighezi la URL-ul tău și.. surpriză! ... vei fi întâmpinat de un mesaj WordPress ce te va ghida spre instalarea acestuia.

URL-ul ar trebui să fie ceva de genul:

<http://www.SiteulMeu.com/wp-admin/install.php>

Dacă ai copiat fișierele în directorul rădăcină de pe hosting.

Dacă l-ai copiat într-un subdirector, spre exemplu /blog, URL-ul se modifică astfel:

<http://www.SiteulMeu.com/Blog/wp-admin/install.php>

Acum nu trebuie decât să urmezi instrucțiunile ce îți apar pe această pagină pentru a finaliza instalarea.

Notă: Dacă nu ai destule cunoștințe pentru a face acești pași (mai ales că trebuie să știi să te conectezi la baza de date, cel mai bine e să rogi sau să angajezi pe cineva cu experiență.

16 pluginuri absolut necesare pentru WordPress

Puterea WordPressului constă nu numai în posibilitatea de a genera conținut foarte rapid, ci și în pluginurile pe care le poți instala pe acesta.

Plugin-urile sunt niște mici aditii la aceasta platformă, scrise de diferiți programatori, care ajută și mai mult ca blogul tău să aibă mai mult succes.

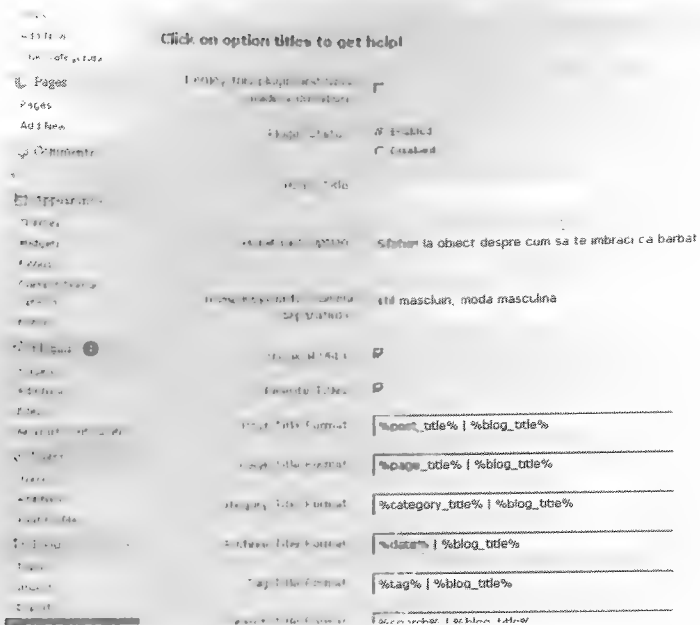
Desigur, există plugin-uri bune și pluginuri mai puțin bune. Eu ți le voi da pe cele mai importante, fără de care nu m-aș gândi niciodată să las un blog să meargă. Să-i dăm drumul.

1. All-In-One-SEO-Pack

Acest plugin este primul pe care îl adaug de fiecare dată când instalez un blog. E **crucial** dacă vrei să apari cât mai sus în Google.

De ce e nevoie de el? Pentru că, inițial, WordPress-ul nu a fost conceput să fie folosit la un nivel așa de larg și, mai ales, nu a fost conceput să fie folosit pentru optimizarea pentru motoarele de căutare.

All-In-One-SEO-Pack îți reformatează titlurile post-urilor și paginilor, punând mai întâi titlul articolului. Comportamentul acesta nu apare implicit în WordPress dar este crucial pentru a aduce mai mult trafic pe site.



După cum vezi în imaginea de mai sus pe care am luat-o din panoul de administrare, la **Post Title Format** ai implicit `%post_title% | %blog_title%`.

WordPress îți pune la început întâi numele blogului și abia apoi titlul articolului. Iar cum Google vrea rezultate cât mai relevante, are nevoie ca titlul articolului să fie cât mai aproape de început... Ai prins ideea.

Mai ai acolo o grămadă de opțiuni, precum posibilitatea de a schimba titlul blogului și cuvintele cheie care apar pe fiecare pagină. Nu vom vorbi despre ele aici, pentru că sunt prea multe și nu toate sunt relevante pentru un blog la început de drum.

2. Google Analytics for WordPress

Dacă încă nu ai auzit de Google Analytics, o să-ți spun pe scurt despre ce e vorba. Google Analytics e o unealtă Google foarte avansată ce oferă rapoarte legate de vizitatorii site-ului tău. De la câți ai pe zi la cât timp stau pe site și din ce regiune sau oraș sunt.

Rapoartele sunt foarte bine făcute și îți permit să îți faci o idee de cât de bine îi merge blogului tău.

Cum face Google să afle atâta informație?

Simplu. Pentru a primi rapoarte complete legate de site-ul tău, trebuie să introduci câteva linii de cod în FIECARE din paginile blog-ului tău.

În momentul în care ai un blog pe WordPress, e nasol să cauți prin fișierele "ciudate" ale acestuia pentru a adăuga codul.

Plugin-ul Google Analytics pentru WordPress vine să rezolve această problemă.

După ce îl instalezi, vei afla instrucțiuni detaliate despre cum să îl faci să meargă, în pagina dedicată plugin-ului.

Practic, trebuie să te duci în contul tău de Google Analytics, să copiezi codul care e ceva de genul UA-XXXXX-X și să-l pui în pagina dedicată pluginului (asta dupe ce selectezi în pagina dedicată pluginului că vrei să introduci singur acest cod).

3. XML Sitemap generator For WordPress

Orice expert in SEO (= Search Engine Optimization) îți va spune ore întregi despre cum să faci ca site-ul tău să fie cât mai bine indexat pe Google.

Când vine vorba de WordPress, plugin-ul pe care acea persoană și-l instalează prima dată este XML Sitemap Generator for WordPress.

Ce face acest plugin? Periodic, el actualizează un fișier cu extensia .xml, care conține cele mai noi post-uri, pagini și comentarii.

După ce instalezi plugin-ul, mergi în pagina de configurare și generează sitemap-ul manual.

Pasul următor pentru tine este să mergi în Google Webmaster Tools (<https://www.google.com/webmasters/tools>) și să adaugi acest fișier.

Dacă nu ai adăugat încă pagina ta în Webmaster tools, fă click pe butonul "Adăugați un site", apoi urmează pașii necesari.

[AdWords](#) [AdSense](#) [Google Analytics](#) [Google Apps](#)

Google instrumente pentru webmasteri

Pagina principală

[Toate mesajele](#)

Ajutor pentru:

[Adăugarea unui site](#)

[Cum să obții ajutor](#)

[Reconsiderarea site-ului](#)

[Google 101](#)

[Redirecționarea mesajelor](#)

Pagina principală

[Toate mesajele](#)

Nu aveți niciun mesaj necitit.

[Mai mult >](#)

[Adăugați un site..](#)

[Site-uri](#)

[Stergeți](#)

[© 1998 Google Inc.](#) [Centrală pentru webmasteri](#) [Condiții de furnizare a serviciilor](#) [Politica de confidență](#)

Odată adăugat site-ul, mergi în Secțiunea "Configurația site-ului", subsecțiunea „Sitemaps”:

[AdWords](#) [AdSense](#) [Google Analytics](#) [Google Apps](#)

Google instrumente pentru webmasteri

[www.ficustil.ro](#)

[Tablou de bord](#)

[Mesaje](#)

[Configurația site-ului](#)

[Sitemaps](#)

[Verificare cu crawlere](#)

[SiteLinkun](#)

[Modificare de adresă](#)

[Setări](#)

[Site-ul dvs. pe Web](#)

[Diagnosticare](#)

[Labs](#)

Ajutor pentru:

[Crearea și trimiterea sitemapurilor](#)

Sitemaps

Trimiteți un Sitemap pentru a informa Google despre pagini de pe site.

Adrese URL trimise

604

[Căutați un URL...](#)

[Trimiteți un Sitemap](#)

Sitemap	Stare	Tip
<input type="checkbox"/> blog/index.php/feed	<input checked="" type="checkbox"/>	RSS
<input type="checkbox"/> blog/index.php/feed/	<input checked="" type="checkbox"/>	RSS
<input type="checkbox"/> blog/sitemap.xml	<input checked="" type="checkbox"/>	Sitemap
<input type="checkbox"/> forum/sitemap.xml	<input checked="" type="checkbox"/>	Sitemap

[Căutați](#) [Retrimiteți](#)

[Descărcați acest tabel](#)

[Descărcați date pentru toate site-urile](#)

Apoi fă click pe butonul "Trimiteți un sitemap" și adaugă adresa sitemap-ului generat de pluginul Wordpress.

E puțin mai **complicat** însă, dacă citești pașii cu atenție, vei vedea că nu **e așa** complicat.

Perfect! Acum Google îți va indexa mult mai bine paginile și te va vedea mai bine atunci când lumea va căuta cuvintele tale cheie. Totul pentru că ai dovedit că ești interesat de calitatea blogului tău.

4. Akismet

Înainte de a-ți spune ce face, trebuie să te avertizez: un blog fără Akismet instalat și activat se va transformatreptat într-o epavă.

Akismet e un plugin ce vine instalat automat cu WordPress (însă trebuie să-l activezi manual) care te protejează de spam.

Probabil știi de spam de la e-mail, nu? Spam-ul se face și în blogging. În momentul când anumiți "roboței" detectează blog-ul tău, încep să pună automat comentarii pe blogul tău.

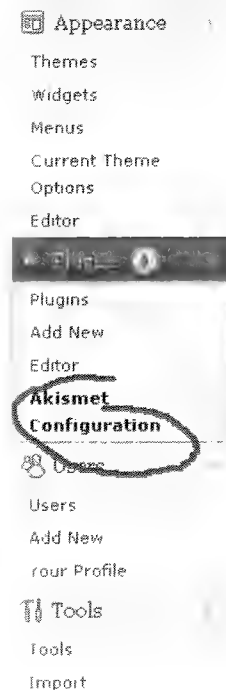
Cu ocazia asta includ în comentarii și o grămadă de linkuri spre alte site-uri și keyworduri pe care ei le doresc.

Akismet e foarte bun în detectarea a peste 95% din aceste comentarii automatizate.

Odată instalat, blogul tău va afișa doar de comentariile venite de la utilizatorii reali.

Pentru a activa Akismet, intră în secțiunea de plugin-uri și apasă pe linkul "Activate" sau "Activează" din dreptul său.

Pentru configurare, deschide "Plugins", apoi click pe "Akismet Configuration":



5. BlogMechanics KeywordLink

Deoarece majoritatea plugin-urilor cu adevărat folositoare au în minte probleme de SEO, nici BlogMechanics KeywordLink nu face excepție.

Acesta vine să rezolve o altă problemă pe care puțină lume o știe care te poate pune pe prima pagină pe Google: linkurile interioare.

Ce sunt linkurile interioare? Acestea se referă la cum faci legătura între paginile din site-ul tău.

WordPress se ocupă de acest lucru în proporție de 90%, însă trebuie ca tu să faci restul de 10%.

Nu e destul faptul că ai pagina principală pe blogul tău, apoi articolele unul sub celălalt. Nici faptul că ai linkuri către pagina 1,2 3 și așa mai departe.

În momentul când faci referire în articolele tale la cuvintele cheie pentru care vrei să fii pe prima pagină, trebuie să trimiți spre acea pagină.

Ceea ce puțină lume știe e că Google, când analizează orice link de pe lumea asta pentru a-i determina valoarea, se uită și la ce scrie pe linkul respectiv.

Exemplu:

Să zicem că scriu pe "Fii cu stil" un articol despre cum asortezi cămășile. Să presupunem că vreau să fiu pe prima pagină la "cum să calci o cămașă" și că am deja un articol scris pe tema asta.

În articolul meu despre asortat cămăși, pot să aduc printre altele vorba despre asta.

Dar nu vreau să scriu:

"A, apropo, am un articol despre călcat cămăși, îl găsești aici: <http://www.fiicustil.ro/blog/index.php/camasi/cum-se-calca-o-camasa>"

Nici nu vreau să scriu

"...îl găsești aici."

E de zece ori mai bine să spui:

"Un aspect important când vine vorba de îngrijire este cum să calci o cămașă, lucru despre care am mai vorbit deja."

După cum probabil ți-ai dat seama, am pus linkul către articolul cu care vreau să ajung pe prima pagină DIRECT pe text.

Google va vedea **asta și face** conexiunea între cuvintele "cum să calci o cămașă" și **linkul** articolului.

Dacă făceam **situațiile 1** și doi, Google asocia același articol cu cuvântul " **aici**" sau cu URL-ul articolului. Nu prea e ok așa.

Ok! Se pare că am uitat de Aksimet! La ce mai folosește el dacă pot pune singur linkurile și știu să le asociez cu cuvintele cheie?

Aksimet poate face automat asocierea între orice cuvinte cheie specificate de tine și orice link... și asta oriunde le întâlnește!

Astfel nu mai trebuie să adaugi tu linkul spre cuvintele cheie (în exemplu de față, spre "cum să calci o cămașă").

Dacă îl setezi să facă asta, ori de câte ori se va încărca o pagină care conține cuvintele "cum să calci o cămașă", aksimet va pune automat linkul. În plus, poți să-ți adaugi oricâte cuvinte cheie vrei!

6. Tweet Old Post

Dacă nu ai cont de Twitter, trebuie neapărat să-ți faci unul. Twitter e pe locul 11 în clasamentul Alexa și e plin de oameni și afaceri.

Să comunici cu cititorii e un lucru esențial, în special atunci când încerci să-ți construiești un renume.

Dar nu poți să fii pe Twitter non-stop.

În plus, unii followeri de pe Twitter probabil că nu au prins toate articolele tale.

Tweet Old Post vine să rezolve această problemă.

După ce îl setezi, acesta va trimite automat, cât de des vrei tu, câte un tweet cu unul din articolele tale. Tweet-ul poate fi customizat de tine și are o grămadă de opțiuni:

- Poate fi prescurtat automat folosind un "url shortner service"
- Îi poți adăuga hashtag-uri pentru a ca utilizatorilor să le apară atunci când caută cuvintele tale cheie pe twitter.
- Poți să faci să apară automat titlul blog post-ului și chiar și o parte din conținut
- Poți să filtrezi ce categorii NU vrei să fie selectate atunci când se alege un blog post
- Poți să hotărăști cât de noi sau cât de vechi să fie articolele selectate

Atenție!

Ai grijă să nu incluzi articole ce nu mai sunt relevante. E posibil să ai un articol cu o știre mai veche, ce nu mai are relevanță.

În acest caz, vei enerva *followerii*.

7. Permalinks

Permalink-urile se traduc efectiv prin "linkuri permanente". În momentul când scrii un blog, WordPress-ul asignează un număr unic acelui articol. Iar adresa articolului e ceva de genul:

www.BlogulMeu.com/?p=123

Nu arată prea bine, ținând cont că acea adresă îi apare utilizatorului atât în rezultatele de căutare Google cât și în adresa browserului atunci când dai click.

Pentru a face aceste URL-uri mai prietenoase, WordPress are un plugin instalat implicit ce trebuie configurat: **Permalinks Plugin**.

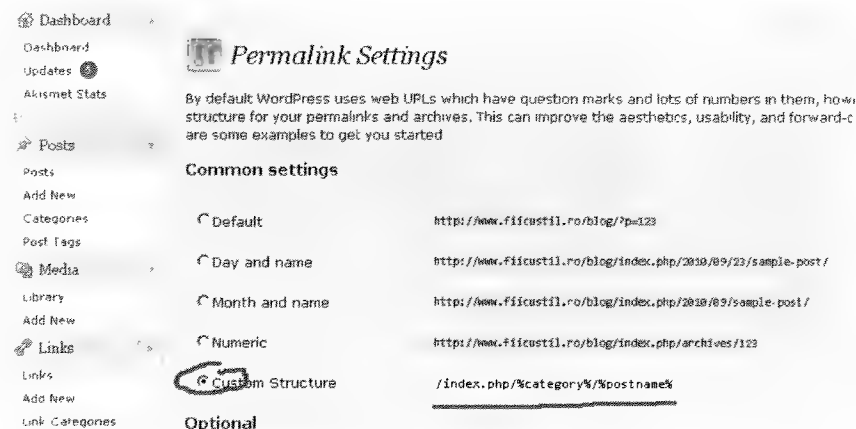
Acesta ia automat titlul articolului, îl modifică puțin și îl folosește peste tot în loc de acet URL cu numere aleatorii.

Spre exemplu, dacă scriu un articol "Cum să instalezi WordPress", Permalinks va asigna automat titlul:

www.BlogulMeu.com/cum-sa-instalezi-wordpress

Arată mult mai bine, nu?

Pentru a configura plugin-ul nu trebuie decât să faci o mică modificare la el:



Trebuie ca în pagina de configurare a plugin-ului să selectezi "Custom structure" iar apoi să introduci următorul text:

`/index.php/%category%/%postname%`

Acesta îi spune plugin-ului să folosească categoria din care e post-ul iar mai apoi numele.

Ai mai multe opțiuni de configurare. După cum vezi, pentru a specifica să folosească numele post-ului, trebuie să introduci `%postname%`. Mai poți specifica să folosească...

- Anul: `%year%`
- Luna: `%month%`
- Ziua: `%day%`
- Ora: `%hour%`
- Autorul: `%author%`
- .. și încă vreo câteva.

Important:

Acest plugin are probleme cu unele diacritice din limba română. În momentul când publici un articol care conține diacritice în titlu, ai grijă să verifici dacă linkul este funcțional.

Cum faci asta: intră pe pagina principală a blogului și dă click pe el. **Dacă dai click** pe „view post” după ce publici, va merge cu siguranță. **Totuși, din** pagina principală s-ar putea să nu meargă.

Dacă observi problema, trebuie fie să schimbi titlul fie să modifice manual permalink-ul și să dai click pe „Update” pentru întregul articol.

8. LinkWithin

Nu m-am bucurat niciodată așa de tare să văd un plugin de Wordpress, precum am făcut când am văzut... LinkWithin. Deși nu are decât o opțiune în pagina de configurare, își face treaba la perfecție.

Ce face? La sfârșitul fiecărui blog post îți afișează alte articole relevante:

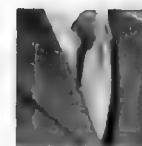
S-ar putea să îți placă și:



Ce să porți la un interviu



Cum să evoluezi în stil



Costumul gri, potrivit la orice ocazie



Cele mai interesante topic-uri de pe forumul Fii cu stil



Chidul definitiv pentru bărbați mici de înălțime

September 5th, 2010 Ovidiu Paltoane și jachete

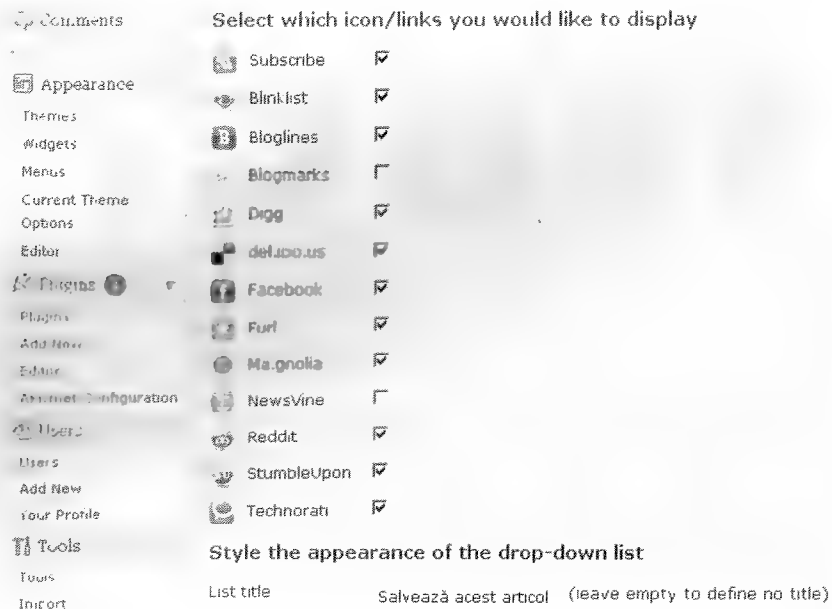
După cum observi mai sus, plugin-ul știe să extragă poze din articolele propuse, să le redimensioneze și să le afișeze deasupra textului.

De ce e nevoie de un astfel de plugin?

În momentul în care un cititor ajunge la sfârșitul articolului, indiferent dacă l-a citit sau nu, e la un pas de a pleca de pe site.

Cu acest plugin mai ai o șansă să îl faci să rămână. Regula este simplă: cu cât vizitează mai multe pagini, cu atât cresc șansele ca acesta să ia acțiunea pe care tu ți-o dorești: să cumpere un produs, să introducă adresa de email sau să dea click pe o reclamă Google AdSense.

9. I Love Social Bookmarking



Un element strict necesar oricărui blog este acela de a permite trimiterea blog post-urilor pe rețelele sociale.

Odată ce ai conținut de calitate pe blog, cititorii interesați vor fi mai mult decât fericiți să răspândească vestea pe pagina lor de Facebook, Twitter sau chiar Yahoo Messenger.

Însă puțini dintre ei vor să facă asta în mai mult de 10 secunde. Puțini vor scrie în browser www.facebook.com, să se logheze, să intre pe pagina de Wall, apoi să dea înapoi la pagina ta, să copieze adresa, să pună linkul înapoi în Facebook, să scrie o scurtă descriere iar apoi să dea "Enter".

Nu mă crezi? O să-ți spun un mic secret. Vizitatorul tău e "leneș". Nu o spun din răutate, ci pentru că vreau să te fac să vezi lucrurile dintr-o altă perspectivă.

Cu cât faci mai ușor pentru vizitator să ia o acțiune, cu atât vei afla mai mulți care sunt dispuși să o facă.

De aceea, un plugin precum "I Love Social Bookmarking" permite cu doar câteva clickuri să se facă *share* la articolele tale de ultra-calitate.

În momentul în care vizitatorul vede că poate să te ajute cu doar 3 click-uri, o va face.

10. Post teaser

Un blog de succes se diferențiază net față de celelalte chiar din primele 5 secunde când deschizi pagina principală.

Dacă un utilizator introduce adresa "root" a blogului tău asta înseamnă fie că știa adresa de dinainte și vrea să vadă dacă este conținut nou, fie a făcut click pe un link către tine de pe un site partener.

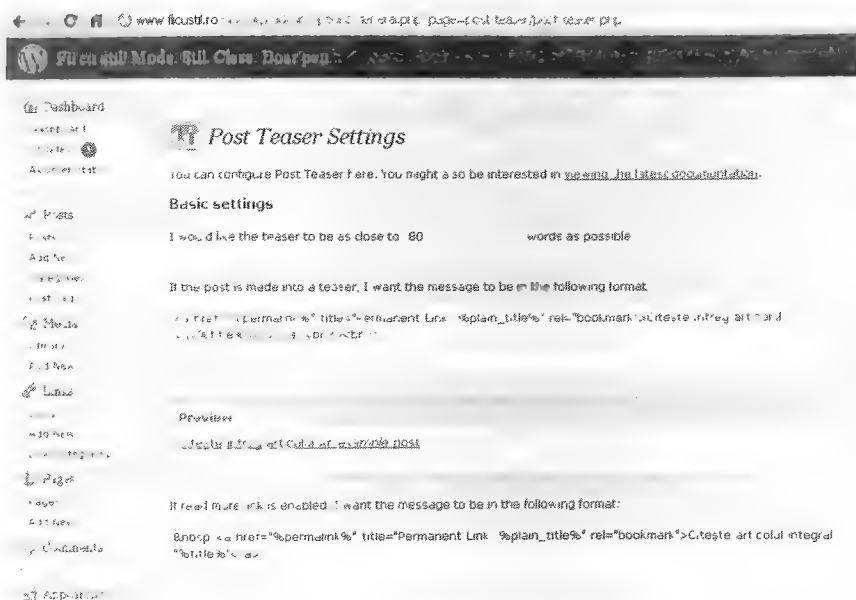
Să mai notăm și faptul că "attention span" -ul vizitatorului e foarte scurt. Dacă nu găsește ce caută sau nu îi sare nimic interesant în ochi, va părăsi cu siguranță blogul tău.

Aici intră în acțiune **plugin-ul "Post Teaser"**. Acesta îți afișează doar **primele propoziții** dintr-un articol, făcând astfel ca **utilizatorul să vadă** mai ușor care sunt ultimele articole.

Așa cresc șansele să vad un articol care să-i sară în ochi și să dea click pe **"Citește mai departe"**.

De ce nu face WordPress-ul asta implicit? Nu am să-ți dau un **răspuns** la această întrebare, cert e că, fără acest plugin, dacă **intri pe** prima pagină a blogului tău, vei vedea afișate ultimele X **articole** în totalitate.

Asta înseamnă că prima pagină e una foarte lungă – cu potențial uriaș de a plăcisi cititorul. 😊



După cum vezi în imaginea de mai sus, îți poți customiza mesajul pe care utilizatorul îl va vedea sub extrasul din fiecare articol.

Poți customizezi mesajul cu câteva variabile esențiale, cum ar fi:

- %title% - titlul articolului
- %permalink% - adresa blog post-ului
- %reading_time% - o estimare aproximativă bazată pe numărul de cuvinte, ce îl va înștiința pe vizitator cam cât timp i-ar lua să citească articolul
- %word_image_count% - numărul de cuvinte și imagini din articol

O altă opțiune importantă a acestui plugin este faptul că poți să setezi cu exactitate câte cuvinte vrei să-ți afișeze în acel extras. Recomand ca acest număr să fie undeva între 50 și 100, pentru ca cititorul să își dea seama dacă articolul e ceva ce îl interesează sau nu.

11. WP Super Cache

Nu o să intru în detalii tehnice pentru că sunt de prisos. Acest plugin face ca paginile blogu-ului tău să se încarce mult mai repede.

În mod normal, o pagină WordPress trebuie să fie întâi procesată... și asta include lucrul și cu baza de date. **Asta se întâmplă de fiecare dată când cineva vrea să vadă articolul.**

Însă paginile wordpress nu se prea schimbă. Conținutul este același, pozele sunt aceleași.

Plugin-ul salvează versiuni în format HTML ale tuturor paginilor de pe blog pe care le afișează vizitatorilor, evitând astfel acea procesare.

Îți recomand acest plugin doar în momentul în care ai trafic mare pe blog. În acele situații, s-ar putea să îți salveze viața. ☺

12. WP-PageNavi

WP PageNavi introduce paginarea în blogul tău. Implicit, WordPress-ul afișează doar linkuri cu "Older posts", adică post-uri mai vechi.

Cu acest plugin, vizitatorul va vedea ceva de genul:

Pagina 1 din 10 1 2 3 4 5 < ... Ultima >

Arată mult mai bine, nu?

13. WP Polls

Nimic nu e mai benefic pentru blog-ul tău decât să faci utilizatorii să interacționeze. Și una din cele mai bune metode pentru a face asta este să le oferi sondaje.

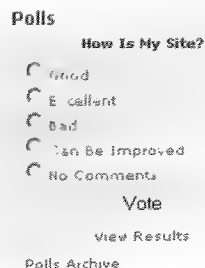
Indiferent de tema pe care scrii pe blog, poți veni cu zeci de idei de sondaje.

Practic, sondajele sunt extrem de flexibile, cu condiția să știi puțină engleză.

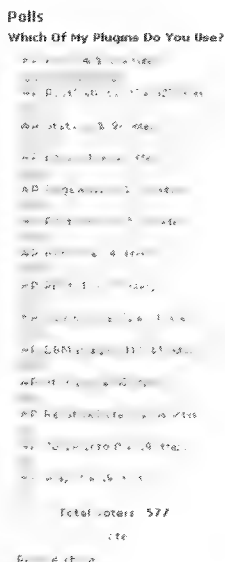
Spre exemplu, pentru a adăuga un sondaj nou, ai doar câteva opțiuni de setat:

În plus, poți să setezi o dată de început și o dată de sfârșit.

Îm momentul în care ai adăugat sondajul, acesta va apărea vizitatorilor sub această formă:



După ce aceștia votează, le vor apărea rezultatele – fără să se reîncarce pagina:



14. Smiley-uri Yahoo

Unul din obiectivele tale ca blogger de succes este să îți faci vizitatorul să se simtă ca acasă. De aceea WordPress permite adăugarea de comentarii la fiecare articol (în afară de cazul în care le interzici tu în mod intenționat).

lar în comentarii, utilizatorii pun... smiley-uri.

Nu ar fi interesant dacă acele smiley-uri ar arăta exact ca cele din Yahoo Messenger? Până la urmă, românii sunt obișnuiți de ani de zile cu acesta iar acele smiley-uri ne sunt arhicunoscute tuturor.

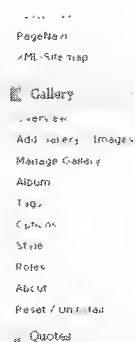
Ce frumos ar fi dacă am putea înlocui smiley-urile implicite din WordPress cu cele de pe Mess...

Când mi-a venit ideea, mi-a luat ceva până am găsit un astfel de plugin. Îmi permit să îți pun linkul către el chiar aici, altfel îți va fi greu să-l găsești singur:

<http://www.decetutorial.net/2008/01/smiley-uri-yahoo-blog-wordpress-plugin.html>

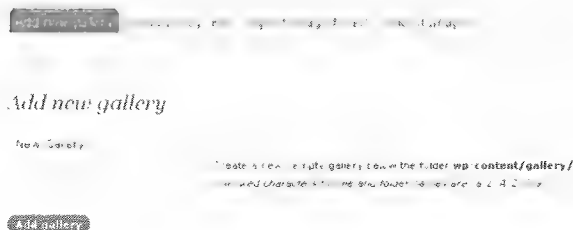
15. NextGEN Gallery

Dacă ai de pus galerii de imagini, acest plugin este cel mai bun și flexibil din câte am testat. Nu necesită ca vizitatorul să aibă instalat Adobe Flash și, în plus, este foarte customizabil.



După instalare, o să observi că acesta și-a rezervat o întreagă secțiune pentru configurare. Îți apare în stânga jos (vezi imaginea din dreapta).

Pluginul este organizat în galerii și imagini. Pentru a adăuga o galerie, dă click pe Add Gallery / Images, Apoi introdu un nume de galerie și dă click pe butonul "Add gallery".



Pentru a adăuga o imagine la o galerie, dă click pe link-ul "Upload Images" (care apare și în imaginea precedentă, în dreapta-sus).

16. AdRotate

Dacă te-ai decis că vrei să faci bani punând bannere pe site-ul tău contra cost, ai nevoie de o metodă de a le adăuga, nu?

Le poți grupa pe categorii, poți să setezi între ce perioade să fie afișate și multe altele:



La final...

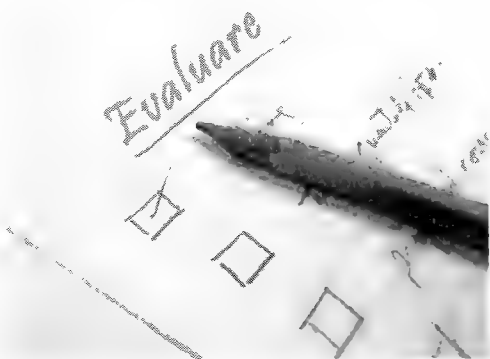
Un lucru crucial: plugin-urile, dacă le folosești excesiv, pot încetini viteza de încărcare a blogului. Ultimele indicații de la Google arată că se ține foarte mult cont de cât de repede se încarcă pagina.

Nu mai spun că, unii utilizatori mai nerăbdători, vor închide blogul tău dacă nu se încarcă în 7 secunde... Și atunci toate plugin-urile din lume nu te vor mai ajuta să-l aduci înapoi.

Există o multitudine de site-uri web care îți verifică viteza de încărcare a unui site. Iată două din ele:

<http://www.linkvendor.com/seo-tools/speedtester.html>

<http://www.apptimize.com/website-speed-test>



Evaluare Personală:

Cum să îți instalezi propriul blog

1. Care sunt cele mai importante tipuri de blogging și care din ele e cel mai potrivit pentru un blog de succes?

2. Scrie mai jos cele patru caracteristici esențiale ale unui nume de blog.

3. Care este site-ul care îți permite să vezi dacă un nume de domeniu a fost sau nu luat deja de altcineva?

4. Poți să protejezi cu parolă articolele scrise de tine pe WordPress?

5. Scrie mai jos cel puțin cinci plug-in uri pe care trebuie neapărat să le ai instalate pe blog-ul tău:

6. La ce folosește plugin-ul Google Analytics pentru WordPress?

Capitolul al patrulea: 12 elemente de design pe care trebuie să le ai pe blogul tău

În momentul în care intri pe un blog sau site, designul îți poate spune într-o secundă dacă acesta e de succes sau nu.

Sigur, trebuie să ai ochiul format ca să îți dai seama CARE sunt aceste elemente.

Asta vreau să fac acum: pe lângă renume, pe lângă calitatea conținutului, pe lângă numărul de vizitatori, există o serie de factori mici dar esențiali care pot face diferența dintre un blog de succes și unul pierdut în anonimat.

Să vedem care sunt elementele de design care trebuie neapărat să apară pe blogul tău, indiferent de nișă.

1. O temă care să afișeze textul articolelor cu negru pe fundal alb

Contrastul e crucial. Dacă vrei să ai un blog deosebit, sunt lucruri mult mai bune pe care le poți face decât să ai un blog cu fundal negru și text alb.

E o greșeală pe care și eu am făcut-o la început dar am corectat-o rapid la sugestia cititorilor.

Cel mai ușor și odihnitor pentru ochi este să citească negru pe alb. Orice altceva îți va afecta serios blog-ul.

Totuși, astea nu înseamnă că nu ai voie să ai text de altă culoare. Culoare atrage, însă trebuie folosită cu atenție. Folosește-o de exemplu la titluri, subtitluri sau mesaje importante.

La fel, poți folosi fundaluri și de alte culori, nu numai alb. Totuși, zona în care apare textul articolului trebuie neapărat să fie albă, pentru a se crea acel contrast.

2. Butoane de Twitter, Facebook, RSS și email

Pe internet, transparența e vitală. Lumea e suspicioasă când intră pe un site, în special atunci când i se oferă ceva spre cumpărare. E absolută nevoie să le oferi cititorilor tăi posibilitatea de a intra în contact cu tine în momentul când au întrebări și sugestii.

Odată cu crearea blogului trebuie să-ți faci cont de Twitter și Facebook, poate chiar și de LinkedIn sau SlideShare. Mai trebuie neapărat să ai și o pagină de Facebook dedicată blogului.

Pagina de Facebook îți poate crește semnificativ traficul, în momentul când cineva dă click pe butonul de like. De ce? Când cineva dă "Like" sau "Îmi place" pe o pagină, îi apare pe pagina principală de Facebook. Asta înseamnă că toți prietenii lui vor vedea faptul că acestuia îi place de blogul tău.

3. Butoane de share la fiecare articol

În momentul când cititorului îi place un articol, acesta simte nevoia să împărtășească știrea și cu ceilalți. Misiunea ta este să faci să fie cât mai ușor pentru el să spună și restului lumii.

Există zeci, poate chiar sute de pluginuri care facilitează *sharing*-ul de informații pe enorm de multe rețele sociale. Nu trebuie decât să instalezi unul sau două din ele.

Locurile potrivite pentru butoanele de sharing sunt:

- Sus, lângă titlul articolului
- În stânga sau dreapta – niște butoane care să rămână "lipite" pe ecran în momentul în care user-ul se mișcă în sus și în jos în pagină
- La sfârșitul fiecărui articol.

4. Un banner reprezentativ ca prim element pe blog

Am văzut multe bloguri "de duzină" cu o poză care acoperea aproape toată pagina.

Omul când intră pe site, fie caută ceva, fie nu caută nimic și trebuie să-i atragi atenția.

O poză mare, deși poate părea un lucru bun, va ascunde efectiv ehadline-urile articolelor și conținutul.

Sloganurile nostime s-ar putea să nu îl atragă pe om și atunci... l-ai pierdut.

În plus, ce se întâmplă cu vizitatorii care se întorc de mai multe ori pe site? O să fie stresați de acel banner uriaș la fiecare pagină pe care o accesează?

Lasă bannerul mai mic, maxim 100-150 de pixeli. Pune o poză reprezentativă și câteva cuvinte care rezonază cel mai bine cu tematica blogului. În rest... lasă conținutul să-și facă treaba.

Un design curat va atrage mult mai mulți vizitatori decât unul încărcat.

5. Un meniu sub banner sau în sidebar cu principalele categorii de pe site

Dacă oferi multă informație gratis, vizitatorii mai vechi vor vrea o metodă ușoară de a găsi ceva prin zecile de categorii care se formează în timp.

Nu trebuie să afișezi toate categoriile, doar pe cele care vezi că sunt cele mai accesate. Însă trebuie să o faci.

Un loc foarte bun pentru afișarea categoriilor este chiar sub bannerul principal, cel de care am vorbit mai înainte. Un alt loc bun este în sidebar.

Dacă vrei, poți să le afișezi în ambele locuri, e alegerea ta. Ce contează este ca vizitatorul să acceseze cât mai rapid pagina dorită. Fiecare secundă care trece în care vizitatorul e dezorientat pe site, s-ar putea să fie ultima pe blogul tău.

6. O secțiune unde să capturezi adresa de e-mail a vizitatorilor

Cea mai bună metodă de marketing este să strângi o listă de adrese de mailuri. Odată ce ai adresa de email, poți comunica cu vizitatorul tău.

Trebuie neapărat să ai o secțiune pe site unde să îi dai posibilitatea să își introducă adresa. Dacă îi poți oferi un mic cadou în schimbul acesteia, vei vedea că mult mai multă lume își va lăsa datele de contact.

7. O secțiune "Despre mine/noi"

Indiferent cât de bun e conținutul de pe blogul tău, lumea va vrea să știe cine ești. Trebuie neapărat să ai o pagină despre tine.

Ai grijă: pune pe ea doar lucrurile din viața ta legate de acest blog, nu începe să-ți spui povestea vieții cu lux de amănunte.

8. Un footer extins unde să apară încă o dată cele mai importante resurse de pe site

Footer-ul este secțiunea de jos a blogului, unde de obicei apar informațiile de copyright și cele legale.

Marii bloggeri au observat următorul lucru: dacă un vizitator a ajuns atât de jos în pagină, acesta a terminat de citit articolul și e gata să plece.

Cum scopul este să-l faci să stea cât mai mult, blogerii au început să se folosească de footer pentru a-i afișa încă o dată punctele forte ale site-ului lor. Iată ce ai putea include în footer:

- Un top cu articole recomandate
- Informațiile de contact
- O scurtă biografie și o poză cu tine
- Încă o căsuță în care îi ceri adresa de email.

9. O secțiune cu ultimele comentarii

Unul din micile secrete ale blogurilor de succes este acela că, la început, deși nu au vizitatori, **crează iluzia că ar avea**. Cum fac asta?

Ca mai bună modalitate este să scoată în evidență ultimele comentarii de pe site. În momentul când un vizitator vede că sunt "multe" comentarii, șansele sunt mai mari să își spună și el părerea.

Vestea proastă este că ai nevoie de unele cunoștințe de CSS și HTML, precum și puțin simț estetic pentru a folosi această tehnică. Dacă nu ai, roagă pe cineva experimentat să te ajute.

10. O secțiune cu "unelte" folosite pentru cititorii nișei tale în sidebar

Indiferent de nișa în care te afli, poți găsi anumite "unelte" ajutătoare pentru vizitatorii tăi. Poate e un calculator de calorii

dacă ai un site despre cum să slăbești, o listă cu pescăriile naționale dacă ai un site despre pescuit.

Ideea de bază este să oferi informații complete pentru vizitatorul tău, informații care îl vor face să te vadă ca pe un expert în nișa ta, să ajungă să te îndrăgească și, evident, să te mai viziteze.

11. Apariții media (pe blog sau pe pagina de vânzare a produselor)

Nu pot să evidențiez destul importanța reputației. Cu atragi mai multă atenție, cu atât vizitatorii vor avea mai multă încredere în tine.

Însă, la început, lumea nu va ști faptul că tu ai colaborat cu un site sau cu altul de renume. E nevoie să fii puțin tupeist și să le-o zici.

În momentul în care ai scris un articol sau ai organizat un concurs cu un site de renume, cere-le permisiunea să pui logo-ul tău pe site, la secțiunea apariții media.

Lumea va recunoaște instantaneu logo-ul și va asocia imaginea site-ului de renume cu site-ul tău.

Care sunt cele mai bune locuri să pui aparițiile media?

- a. Pe paginile de vânzare a produselor. În momentul în care vizitatorul se decide să cumpere, s-ar putea să aibă îndoieli. S-ar putea să se gândească la faptul că site-ul tău este mic iar asta nu îi oferă prea multă încredere.
- b. Dacă nu ai produse, poți să pui aceste mici log-uri chiar sub header-ul principal din blog. Astfel, în momentul în care vizitatorul intră pentru prima oară pe site, unul dintre prime lucruri pe care le va vedea sunt acele logo-uri. Ai grijă însă să nu le faci prea mari. În fond, principalul logo pe care vrei să îl promovezi pe site este... al tău. Ca o mică șmecherie: pune logourile în format alb-negru pentru a atrage mai puțin atenția vizitatorilor mai vechi.
- c. În footer. Un loc mai sigur pentru a pune aparițiile media este în footer. Footerul este "opusul headerului". Acesta este de obicei ultimul element de pe blog și, de multe ori, ultimul lucru văzut de vizitator în momentul când pleacă. E un moment bun să-i amintești că blogul tău a avut de a face cu nume mari din industrie.

12. Un teaser care să ofere cititorilor ultimele sau cele mai importante articole dintr-o singură privire

Multe site-uri mari iar, mai nou, și site-uri mici se folosesc de teasere pentru a oferi o experiență dinamică vizitatorilor lor.

Iată un exemplu de teaser, ce apare pe prima pagină la www.FiiCuStil.ro :



E important să menționăm că un teaser trebuie să apară doar pe prima pagină a blogului și nicăieri altundeva.

Pe pagina de articole e suficient să apară bannerul de sus, sidebar-ul și categoriile.

Teaserul vine practic și spune: "Bună, dacă ai intrat pe site-ul meu și nu știi pe ce articol să dai click, te ajut eu. Îți ofer un slideshow ce se derulează automat cu poze și descrierile celor mai interesante/noi articole de pe site. Nu trebuie decât să dai click pe cel care te tentează."

În exemplu din imaginea de mai sus, dacă vizitatorul nu e interesat de articolul despre cum să-ți aranjezi dulapul, în câteva secunde îi va apare altă poză cu un alt articol.

Ai observat ceva interesant în teaserul meu?

Dacă ai răspuns "cele două săgeți din dreapta jos", ai un spirit de observație foarte bun.

De multe ori, vizitatorul vede un articol însă nu apucă să dea click că acesta și dispare. Sau, vrea să vadă mai repede toate articolele din teaser.

Din acest motiv, un teaser bun va avea controale de navigare. Îți recomand ca, în momentul în care te hotărăști să ți-l instalezi, să te asiguri că teaserul are asemenea controale.

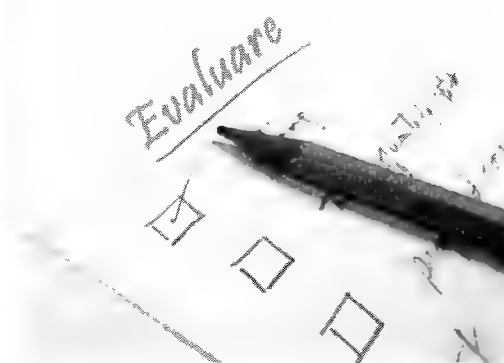
Cam astea au fost. Dacă vrei un blog, de succes, e absolut necesar ca acesta să aibă toate elementele unuia. Nici un detaliu nu trebuie scăpat.

Ți-am dat mură în gură câteva dintre elementele ce trebuie să apară pe site, însă poți veni și cu alte idei. În funcție de domeniul în care activează blogul tău, o să ai nevoie de alte elemente. Muncind la el în fiecare zi, le vei găsi cu siguranță.

Cum găsești alte elemente de succes? Acestea trebuie să îndeplinească anumite criterii.

1. Să fie utile. Dacă ceva ce apare pe blog nu e folositor, te rog frumos să îl scoți.
2. Să arate bine. Tot adăugând și scoțând elemente de pe blog, designul acestora va avea de suferit. Când adaugi ceva nou (și chiar și atunci când scoți), trebuie să te asiguri că designul general al blogului tău va rămâne atractiv.

3. Să fie minimalist. Am spus-o de mai multe ori și o repet: vizitatorii vor să dea cât mai puține clickuri pentru a ajunge la informația sau rezultatul dorit. Cu cât îi încurci mai puțin, cu atât le faci viața mai ușoară.



Evaluare Personală:

**12 elemente de
design pe care
trebuie să le ai pe
blog**

1. Care trebuie să fie culoarea textului, respectiv ce a fundalului, pentru contrast și lizibilitate maximă?

2. Care este cel mai bun loc pentru a pune aparițiile media?

3. Care sunt cele trei caracteristici ale oricărui element de design de succes de pe blogul tău?

Capitolul al cincilea: cum sa adaugi continut pe blog care iti va aduce bani

Cum să câștigi bani din fiecare articol

O metodă grozavă de a face bani din blog este conținutul. Esențial ar spune toată lumea. Desigur. Însă câți dintre bloggeri știu să se folosească de adevărata putere a articolelor? Ei bine, foarte puțini.

Majoritatea doar își fac un blog și trântesc acolo o mână de articole. În acest capitol am să-ți vorbesc despre marketingul prin articole.

Una din cele mai ușoare modalități de a-ți promova siteul pentru a genera trafic și a-ți crește veniturile.

Cum funcționează?

Scrie articole relevante pentru nișa ta și adaugă-le în directoarele web sau pe siteuri care acceptă conținut. Simplu de făcut. Durează puțin și îți poate crește traficul și odată cu el venitul.

Cum poate un articol să-ți mărească traficul și venitul?

Articolul pe care l-ai pus pe acel site de conținut gratuit conține un link către blogul tău. Cititorii, după ce vor citi acel post, pot alege să dea click pe link și să intre la tine pe blog.

Cu cât ai mai multe articole publicate pe diferite siteuri cu atât ai mai multe șanse să îți vină mai mulți oameni pe site.

De asemenea majoritatea motoarelor de căutare acordă o mare importanță linkurilor care sunt „îndreptate” către siteul tău. Astfel ele determină importanța acelui site.

Cu cât mai multe linkuri către el are un site (sau incoming links – așa se numesc) cu atât mai important e pentru motoarele de căutare. Acest lucru determină afișarea mai sus a respectivului site în rezultatele din motoare (din Google de exemplu).

Dacă pe siteul tău promovezi un produs sau serviciu, vizitatorii pe care i-ai obținut din articolele de pe acele siteuri pot însemna potențiali clienți. Chiar dacă acel vizitator este doar în trecere, nu știi niciodată când vor avea nevoie de ceea ce le oferi.

Mai sunt de exemplu oameni care caută un anumit produs sau serviciu. Dar nu se pot decide datorită multitudinii de informație deja existentă. Toți caută ce e mai bun.

Și dacă dau peste articolul tău, s-ar putea să devină interesați. Mai ales dacă postul este de calitate.

Bine bine, asta aproape oricine știe, însă puțini au idee cum să scrie un articol de calitate care să-ți aducă atât trafic cât și potențiali clienți.

Ei bine, iată...

Cele trei lucruri pe care toate articolele trebuie să le aibă

Importanța articolelor în zilele de azi este foarte mare. Odată cu multitudinea de conținut deja existent pe internet, trebuie să te poziționezi cu ceva nou dacă vrei să fii conceput ca și un blogger care aduce calitate.

Articolele sunt adevărate "săgeți" când vine vorba de aducerea traficului pe site. De asemenea ele sunt un factor foarte important pentru afișarea cât mai sus în motoarele de căutare. Cu cât mai sus este afișat siteul cu atât mai mult trafic obții.

Dar asta nu înseamnă că pentru a obține mulți vizitatori trebuie să-ți umpli blogul de articole. E nevoie ca acestea să îndeplinească anumite condiții pentru a obține beneficii maxime.

Un articol scris „bine” va atrage atenția cititorilor care se vor întoarce pentru mai mult. De asemenea vor începe să recomande siteul tău altora.

Uite cele patru lucruri pe care fiecare articol trebuie să le aibă:

- **Cuvinte cheie și fraze cheie**

Un articol trebuie să fie mereu centrat în jurul unor cuvinte cheie și fraze cheie. Așa cum fiecare vizitator intră pe un site din întâmplare, la fel există și cei care caută ceva specific. Când asta se întâmplă, de obicei merge pe Google (spre exemplu) și scrie acel cuvânt cheie („cum sa slăbești” de ex.).

Cel mai important lucru este ca tu să ai un articol care are acele cuvinte cheie relevante domeniului siteului tău.

De exemplu, dacă ai un site despre dezvoltare personală, vei avea articole despre încrederea în sine, articole motivaționale etc.

Sunt foarte multe modalități să vezi ce fel de cuvinte cheie se caută în domeniul tău. Una dintre ele este Google KeyWord Tool.

Ei bine, Toolul oferit de Google nu se folosește doar pentru găsirea unei nișe potrivite, ci și pentru a determina ce fel de articole ar trebui să scrii. Ce caută piața?

- **Densitatea cuvintelor cheie**

Acum că ai cuvintele cheie sau frazele cheie, trebuie să le folosești în totalitate. Un articol trebuie să aibă o densitate în ceea ce privește *keywords*-urile pentru ca motoarele de căutare să-i „simtă” prezența.

Articolele ar trebui să aibă cam 5-10% din tot conținutul doar cuvinte cheie, astfel încât motoarele de căutare să le afișeze cât mai sus în căutări.

Densitatea cuvintelor cheie înseamnă de câte ori a fost folosit un anumit cuvânt sau frază în articol. Numărul variază în funcție de mărimea articolelor.

Un articol eficient trebuie să aibă o densitate care nu e nici prea mare și nici prea mică.

Cu o densitate foarte mare, calitatea articolului poate fi foarte slabă să nu mai vorbim de faptul că motoarele de căutare l-ar putea considera ca fiind spam. O densitate mică însă poate face articolul să fie ignorat.

- **Conținut de calitate**

Mai sus am spus că e important ca un articol să aibă cuvinte cheie. Da, însă mai mult decât atât. E și mai important să fie de calitate.

Articolele trebuie să fie în stare să fie o sursă bună de informație pentru cititor. De asemenea trebuie scrise fără greșeli de ortografie sau gramaticale.

Dacă vrei ca oamenii să aibă încredere în tine, oferă-le lucruri de calitate. Oamenii răspund la cifre, fapte și statistici. Încearcă să scrii cât mai multă informație care conține date exacte.

Un articol bine scris te va transforma într-un expert pe nișa ta. Iar asta îi va face pe cât mai mulți oameni să aibă încredere în tine. Vor avea încredere în tine și în ceea ce le vinzi.

Buun, acum e timpul să trecem la pasul următor.

Nu contează de câte ori e nevoie să o faci, scrierea articolelor s-a dovedit a fi un lucru pe care mereu încerci să-l eviți.

O metodă pe care poți să o folosești când vine vorba de scrierea articolelor este să creezi o schiță mai întâi. Astfel vei scrie mult mai ușor. Ai o idee despre ce să scrii, acum urmează să faci un plan logic cu tot ce va conține articolul.

A fi pregătit face munca să meargă mult mai ușor și repede. A fi organizat de asemenea îți va permite să scrii **un articol de calitate**.

Dacă scrii un articol nu înseamnă că pur și simplu îți pui toate gândurile pe hârtie (da, asta fac scriitorii talentați, însă până și ei recitesc și rescriu până le iese). Trebuie să captezi neapărat interesul cititorului.

Ingredientul principal în crearea unui articol de calitate este creativitatea. În timp ce creativitatea vine în mod natural pentru unii oameni, alții nu au „norocul” ăsta.

Așadar, ce poți să faci când nu îți trece nimic prin minte? Ei bine, nu există rețete magice pentru a obține idei perfecte, dar sunt câteva căi pentru a-ți dezvolta creativitatea și a profita de ea atunci când apare.

Uite câteva metode:

Păstrează un jurnal cu tine tot timpul

Ideile îți pot veni oricând și în orice situație. Când auzi, vezi sau simți ceva. Sau chiar când miroși ceva. Simțurile tale sunt ca și un radar pentru găsirea de idei noi.

Scrie-le pe toate într-un jurnal apoi recitește-le. Ține minte că ideile și creativitatea pot veni de oriunde. Însă doar atunci când sunt dezvoltate au valoare.

Relaxează-te

O minte stresată nu e capabilă de a găsi idei noi. Toată lumea trebuie să aibă o minte limpede dacă vor un nivel de creativitate maxim.

Scapă de toate obstacolele care te împiedică să fii creativ. Dacă ești deranjat de ceva, nu îți poți forța mintea să fie concentrată pe un lucru.

Crează-ți un loc de muncă unde poți fi inspirat

Locul tău de muncă e foarte important. Poate însemna o piedică în scrierea unui articol de calitate. Creativitatea îți vine când te afli într-o stare bună.

Cum să adaugi conținut de calitate

Am menționat mai sus faptul că ceea ce scrii pe blog trebuie să fie de calitate. Vreau să vorbim puțin mai pe larg despre asta, pentru că mi se pare un lucru absolut crucial.

Hai să o luăm puțin din alt unghi. Să facem o mică listă cu ceea ce să NU faci când vine vorba de conținutul tău de pe blog.

- Nu scrie articole cu greșeli gramaticale
- Nu scrie articole cu cuvinte complicate (în afară de cazul în care tema articolului impune folosirea acelor termeni)
- Nu fii monoton. Fii un entertainer. Lumea vrea să se și amuze, nu doar să recepționeze informația

- Nu fii clown. Umorele în articole trebuie folosite cu foarte mare atenție. Unele glume vor leza anumiți cititori pe care nu-i vei mai recupera niciodată. Dacă continui cu glumele nesărate, din ce în ce mai mulți vor părăsi blogul tău.
- Nu te zgârci la cuvinte. Dacă simți că nu ai spus tot ce aveai de spus despre subiectul abordat, continuă să scrii. Nu îți seta limite gen "maxim 500 de cuvinte". Cu cât abordezi un subiect din mi multe unghiuri, cu atât articolul va fi mai popular, va deveni viral și îți va aduce mai mult trafic.
- Nu scrie despre lucruri vagi
- Nu aborda mai multe subiecte deodată. De multe ori avem tendința să sărim de la un subiect la altul. Când vorbim e normal însă, în scris nu prea merge. Dacă vrei ca cititorul să rămână cu o idee de bază din fiecare articol de-al tău, nu sări la alt subiect.

OK, acum că știi ce nu trebuie să faci, să vedem ce ar trebui. Dacă ești puțin confuz și te gândești "ok, acum habar nu am ce și cum ar trebui să scriu", o să facem puțină lumină. O să te învăț să scrii articole de super calitate pentru blogul tău.

Să o luăm tot punctual.

- Pune un titlu care să atragă. Titlul are un singur scop: acela de a face vizitatorul să înceapă să citească articolul. Atâta tot. Iar pentru asta, titlul trebuie să "fie lipicios". Un titlu lipicios trebuie să aibă, printre caracteristici: să fie cât mai scurt, să spună exact despre ce e vorba în articol, să

stârnească controversă, să aibă puțin umor sau să alerteze asupra unui fapt. Titlul trebuie să se muleze pe conținut.

Iată câteva exemple de începuturi de titluri care vor atrage întotdeauna cititori. Folosește-le la articole informative, articole care te învață ceva.

"Cum să..."

"Cinci metode pentru a..."

"Ghid complet pentru a"

"Cum să ... în cinci pași simpli"

"Șapte motive să..."

"Cum am scăpat eu de..."

- Folosește-te de poze, diagrame, citate, imagini, exemple și statistici pentru a asista conținutul articolului.

Titlul e un loc foarte bun pentru a informa cititorul dacă articolul conține poze, video sau alt conținut multimedia. De obicei, această atenționare apare la sfârșit între paranteze pătrate. Spre exemplu:

"Moda bărbați toamnă-iarnă 2010-2011 [POZE]"

sau "Moda bărbați toamnă-iarnă 2010-2011 [VIDEO]"

sau "Moda bărbați toamnă-iarnă 2010 [SLIDESHOW]"

- Scrie pe înțeles. Chiar și oamenii peste medie de inteligenți preferă să citească articole colocviale. De ce? Sunt mai simplu de procesat pentru creier. Ca oameni avem tendința să vrem totul cât mai repede și cât mai ușor. Această regulă se aplică și când vine vorba de informație.
- Folosește poze explicative. Pozele trebuie să meargă cât mai bine cu articolul.
- Sparge paragrafele și propozițiile lungi. Știu că în școală am fost învățați să analizăm propoziții complicate, însă acestea sunt foarte greu de citit. Cel mai bun test pentru a vedea dacă conținutul tău este ușor de citit este să pui un copil de 10 ani să ți-l citească cu voce tare. Locurile în care copilul se împotmolește e un loc în care vrei să reformulezi fraza.

Cum să scrii un articol care vinde

Scrie pentru a atrage atenția!

Ce vinzi?

Înainte de a scrie un cuvânt din articol trebuie să te asiguri că înțelegi ce vinzi **cu adevărat**. Am subliniat cuvântul „cu adevărat” pentru un motiv.

Lasă-mă să-ți pun o întrebare:

„Ce vând eu?”

Dacă ai răspuns la acea întrebare cu numele unui produs sau descrierea unui serviciu, ai doar pe jumătate dreptate. Da, vinzi un produs în cele din urmă, dar nu asta ar trebui un articol să promoveze.

Un articol trebuie să rezolve o problemă pe care o are cititorul. Așadar, răspunsul corect la întrebarea de mai sus este: „Vând emoții”.

Uite de ce spun asta:

Există câteva lucruri care fac oamenii să „ticăie” pe lumea asta. Este important pentru tine să cunoști despre ce anume este vorba pe blogul tău și care sunt cele mai importante probleme ale oamenilor pe care trebuie să le rezolvi.

Deși există peste 50 astfel de emoții care fac oamenii să reacționeze, șase din ele sunt fundamentale:

- Lăcomia și nevoia de avuție
- Iubirea sau afecțiunea
- Nevoia de auto-conservare sau supraviețuire
- Mândria
- Simțul dreptății sau onoarea
- Indulgența de sine

Nu contează ce anume oferi – produsul tău rezolvă cel puțin una din acele lucruri de mai sus.

Structura unui articol care vinde

Un articol este împărțit în trei părți separate și distincte:

1. Headlineul – sau titlul
2. Mesajul – sau conținutul articolului
3. Acțiunea – sau partea în care faci cititorul să acționeze

Trebuie ca toate trei părțile să fie foarte bine gândite dacă vrei să vinzi ceva. Indiferent că e vorba de un produs afiliat sau propriul produs. Sau chiar să faci cititorul să fie interesat.

După cum spuneam, nu articolul trebuie să facă vânzarea. Articolul trebuie doar să facă persoana respectivă să dea click (Să acționeze). De acolo va fi dus spre pagina de vânzare – iar pagina de vânzare îl va face să cumpere.

Despre sales lettere și pagini de vânzare am discutat detaliat în Secretul Afacerilor Pe Internet, așa că nu vreau să mă repet.

Bun, acum să intrăm puțin în detalii:

Headlineul – sau titlul articolului

Titlul articolului este o parte extrem de importantă. Acesta are menirea de a face cititorul să fie interesat de ce este „în interior”.

Datorită faptului că foarte multă lume doar „scanează” articolele pentru a decide dacă este interesată sau nu de ele, trebuie să fii foarte atent atunci când scrii titlul.

Chiar înainte de a începe să scrii titlul, vreau să te oprești puțin și să te gândești la ce tipuri de headlines merg cel mai bine cu ceea ce oferi tu:

Headlineuri care prezintă un beneficiu

Acest tip de titluri ar trebui să spună clar și concis despre ce beneficiu este vorba.

Exemple de titluri care prezintă un beneficiu:

- Cum să scapi de 5 kg în 2 săptămâni
- Cum să scapi de coșuri în două zile
- Salvează 50% din banii pe factura de la curent

Aceste titluri îi spun în mod clar cititorului care este beneficiul pe care îl vor avea dacă vor citi articolul. Oamenii care sunt interesați de lucrurile respective, îl vor savura cu plăcere. Cei care nu sunt interesați, nu o vor face.

Headlineuri care prezintă o problemă

Acest tip de headlineuri sau titluri sunt similare cu cele care prezintă un beneficiu. Headlineul funcționează astfel: trebuie să pui o întrebare apoi să lași cititorul să înțeleagă că răspunsul îl află în articol.

Exemple de headlineuri care prezintă o problemă:

- Te-ai săturat să plătești prea mult factura la telefon?
- Ai probleme cu școala?
- Ai nevoie de ceva nou în viața ta?

Cititorul are o problemă și articolul tău o poate rezolva.

Headlineuri care pun o întrebare

Deși acest tip de headlineuri este asemănător cu cele care prezintă o problemă, este totuși o diferență.

Aceste tipuri de întrebări nu prezintă o problemă, ci dimpotrivă. Fac oamenii să viseze. Sau să se gândească la un lucru pe care îl pot avea.

Exemple de headlineuri care pun o întrebare:

- Ai vrea să mergi în vacanță la Paris?
- Ți-ar plăcea să obții bilete la concertul lui Iglesias?
- Ai vrea un nou telefon mobil?

Bun, acum să trecem mai departe la conținut.

Conținutul articolului

Aici este locul unde „dezvolți” emoțiile pe care le-ai transmis în headline.

Nu este niciodată o idee bună să începi articolul cu prea mult text nefolositor. Ține minte – scopul articolului este să facă vizitatorul să dea click pe linkul de la sfârșit, acesta din urmă ducându-l spre pagina de vânzare a unui produs afiliat pe care îl promovezi pe blog sau chiar a propriului produs.

Dacă încarci articolul cu prea mult conținut pur și simplu vei pierde atenția cititorului și dacă se întâmplă asta, atunci vei pierde și oportunitatea de a mai vinde ceva.

Uite un exemplu bun de headline și articol, scurte și la subiect:

Subiect: *Cum să scapi de coșuri instantaneu*

Mesaj:

Testat clinic și aprobat de dermatologi, CremaX este un produs cosmetic ce te scapă de coșuri în mai puțin de 3 zile, fără niciun efort.

Descoperă cum peste 3,000 de oameni au încercat CremaX și de ce alte creme nu le-a fost de niciun folos.

În exemplul de mai sus am început prin a-i oferi produsului credibilitate. Acest lucru îi spune cititorului că a fost testat într-o clinică astfel unul sau mai mulți dermatologi și-au dat acordul pentru ca acesta să iasă pe piață.

Apoi am creat curiozitate prin a provoca cititorul să afle mai mult despre produs, spunându-i că a fost încercat de peste 3 000 de oameni.

Iar în final, cititorul va învăța motivele pentru care acestor oameni nu le-au fost de niciun folos celelalte produse pe care le-au încercat.

În acest moment avem deja două treimi din articol scris. Prima treime este *headline*-ul. A doua treime este mesajul articolului.

Acum tot ce e nevoie este să îi facem să acționeze.

Cum faci cititorul să acționeze?

Trebuie să-i spui cititorului exact ce vrei ca el să facă în secunda următoare. Nu trebuie niciodată să presupui că el știe deja asta.

Și nu trebuie niciodată să presupui că el va decide să viziteze oricum produsul afiliat.

Trebuie să construiești această „chemare la acțiune” (Call To Action – sună mai frumos în limba engleză) astfel încât să-l iei de mână și să-l duci exact acolo unde vrei tu (adică pe pagina afiliatului).

Dacă este posibil, ar trebui să combini CTA-ul (call to action – chemarea la acțiune) cu un bonus. Până la urmă, nu vinzi nimic, ci dai ceva pe gratis.

Aici e foarte simplu. Îi spui exact ce are de făcut

Vizitează www.ProdusAfiliat.com și află mai multe despre cum poți scăpa de coșuri în trei zile.

Ai observat cum întregul articol și-a îndeplinit scopul în doar câteva zeci de cuvinte? Asta e dovada că nu trebuie să scrii un articol de cinci pagini pentru ca să faci o vânzare prin afiliere.

Acum, nu mă înțelege greșit. Eu am vorbit despre articole care vând. E normal să scrii posturi lungi și captivante la tine pe site. Asta te poziționează ca și expert.

Însă, dacă vrei să vinzi produse prin afiliere pe blog, atunci din când în când, e nevoie să scrii câte un articol mai scurt.

Cum să scrii article optimizate SEO

Articolele trebuie scrise în primul rând având cititorul în minte. Însă, un lucru la fel de important este ca acestea să fie și pe placul motoarelor de căutare.

Motoarele de căutare gen Google scanează conținutul tuturor paginilor web pe un anumit cuvânt cheie, și, în funcție de ce găsește pe fiecare, le dă câte o notă. Mai apoi, când utilizatorul caută cuvântul cheie, în funcție de cât de sigur e Google că informația ta e valoroasă, te va afișa mai sus sau mai jos în rezultate.

Din acest motiv, articolele trebuie optimizate SEO. Practic, procesul nu este unul complicat, trebuie doar să ai în vedere câteva lucruri atunci când îl compui.

- Titlul ar trebui să conțină cuvintele cheie pentru care scrii articolul
- Titlul articolului ar trebui să apară între tag-uri H1, dar asta doar pe pagina articolului.

Ok, cred că afirmația de mai sus te-a lăsat în ceață. Ce sunt tagurile H1 și cum le fac să încadreze titlul?

Tagurile H1 sunt niște elemente HTML care apar în paginile de Internet, deci și în blog-ul tău WordPress. În principiu, acestea sunt folosite (sau nu) de tema pe care ai instalat-o. Când analizează o pagină, Google se așteaptă să găsească titlul paginii încadrat de acest tag.

Totuși, nu toate temele fac asta. Dacă nu ești persoana tehnică de pe blog-ul tău, vorbește cu cel care se ocupă de acest aspect pentru a verifica.

Pe pagina principală însă, H1 nu e un tag recomandat pentru titlurile de articol. Pe acea pagină apar mai multe articole (7, 8 sau chiar 10) iar Google așteaptă un singur tag H1 pe pagină. E și normal – o pagină poate avea un singur titlu.

- Cuvintele cheie ar trebui repetate măcar o dată la 100 de cuvinte, în textul articolului. Asta înseamnă că la un articol de 500 de cuvinte, cuvântul tău cheie ar trebui să fie menționat de 5 ori.

Poți verifica densitatea cuvintelor tale cheie folosind una din multele unelte online ce îți sunt puse la dispoziție gratis. Iată una din ele, luată la întâmplare de mine:

<http://www.seochat.com/seo-tools/keyword-density/>

- Imaginile trebuie să aibă un titlu și atributul "alt" setat. Google nu știe să "citească imagini" pentru a vedea ce reprezintă, însă se așteaptă ca noi să le asociem descrieri. Pune în attributele "title" și "alt" cuvinte cheie care să descrie corect imaginea. Lasă-le goale iar Google s-ar putea să treacă cu vederea întreg articolul...

- Folosește tag-ul **bold** sau **strong** pentru a scoate în evidență anumite cuvinte sau fraze. Google se uită la asta. Aceste tag-uri au și un efect vizibil pentru cititor, deci trebuie să fii atent cu ele. Dacă "subliniezi" lucruri mai puțin importante, s-ar putea ca articolul să nu mai aibă același impact asupra cititorului.

Cum să găsești pe cineva care să scrie în locul tău

Reușita în afacerile pe Internet are multe în comun cu reușita în afacerile "offline". Unul dintre acele lucruri este să nu încerci să faci totul singur, ci să cauți ajutorul altor oameni.

Când ai un blog de succes, lumea se așteaptă să găsească absolut orice informație legată de tema abordată. Însă nu poți acoperi toate subiectele posibile, din toate unghiurile posibile.

Ai nevoie de oameni care să scrie articole pentru tine. Nu numai atât, dar calitatea articolelor trebuie să fie la nivelul așteptărilor tale. Astea înseamnă că articolele lor trebuie să fie cel puțin la fel de bune ca ale tale.

Unde găsești oameni care să scrie pentru tine?

Resursele umane sunt greu de găsit. Vrem articole bune la un preț cât mai mic. Vrem ca articolul să fie scris "ieri". Vrem cât mai multe articole pe săptămână. Vrem ca persoana care scrie să nu se îmbolnăvească, să amâne *deadline*-urile sau, doamne ferește, să renunțe.

În momentul în care ai un blog, e greu să convingi oamenii să se alăture cauzei tale. În fond, toată lumea știe că de la un blog la o afacere de milioane de dolari e cale lungă. Mulți nici măcar nu cred că un blog poate aduce bani, cu-atât mai puțin bani mulți.

Deci, ce e de făcut?

Un singur lucru e de făcut: să te folosești de toate canalele posibile pentru a face cunoscută oferta ta la cât mai multă lume, iar oferta ta să fie cât mai profesionistă.

Chiar dacă nu ești patron la Microsoft, poți convinge oameni să scrie articole pentru tine (sau să-ți aducă trafic) atâta timp cât le arăți stadiul actual al blogului și, în același timp, le arăți că știi ce vrei de la el.

În primul rând, trebuie să știi foarte bine ce vrei și ce oferi. Fiind vorba de doar un blog, oamenii vor trece repede mai departe dacă nu le-ai atras atenția din prima și nu ai reușit să le-o menții.

Cât vrei să oferi pentru un articol scris? În ce limbă trebuie scris, română sau engleză? Ce lungime minimă (în cuvinte) vrei să aibă? Ai nevoie ca cel care îl scrie să caute și poze? Ce fel de poze? Ai cont pe *istockphoto.com* sau vrei să-ți găsească poze de pe net cu menționarea sursei? Cât oferi pe articol?

Acestea sunt doar câteva din întrebările la care vrei să răspunzi înainte să începi să cauți colaboratori.

Pregătirea ofertei

Odată ce știi ce oferi și la ce te aștepți, trebuie să pui totul într-un document. E foarte inefficient să spui fiecăruia (sau să scrii pe messenger) oferta inițială. Mai mult ca sigur că vei uita anumite detalii iar, în timp, te vei plictisi să repeți aceleași lucruri.

În momentul în care ai găsit pe cineva interesat să scrie articole, trebuie să-i prezinți direct oferta. Aceasta poate fi sub forma:

- Unui PDF trimis pe e-mail sau messenger
- Unei pagini WordPress publicata chiar la tine pe blog (ai grijă însă ca aceasta să nu fie accesibilă publicului larg – cititorii blogului tău nu sunt interesați de asemenea aspecte interne).

Oferta trebuie să arate grafic cât decât bine, textul să fie ușor de citit și, eventual, să aibă *logo*-ul tău sau al companiei tale.

Oferta trebuie să atingă două mari aspecte:

1. Ce beneficii îi poți oferi potențialului colaborator
2. La ce te aștepți de la el

Astfel, un potențial candidat își va da seama din prima dacă îi convine oferta sau nu.

Sigur, cu cei interesați va trebui să discuți liber, să le răspunzi și să pui întrebări suplimentare. Dar, dacă cineva e interesat de oferta inițială, merită să investești timp și energie pentru el sau ea.

Unde găsesc persoane care să scrie pentru mine?

Iată doar câteva idei pentru a găsi oameni dispuși să scrie articole de calitate pentru blogul tău:

- Pe www.freelancer.com găsești o grămadă de străini dispuși să scrie în limba engleză dar și români
- Pe messenger. O să vezi că o să fii abordat de cunoștințe mai vechi sau mai îndepărtate vizavi de acest subiect

- Pe forumuri. Dacă ești activ pe un forum, nu ezita să scrii un topic, să îți pui link către ofertă în semnătură sau chiar să trimiți mesaje private.
- Pe pagina grupului de Yahoo a grupei tale, dacă ești la facultate.
- Pe site-urile de mică publicitate. Sunt foarte multe pe Internet.

Odată ce te-ai înțeles cu cineva să, nu uita să cultivi acea relație pe termen lung. E mult mai OK să știi că ai pe cine să te bazezi decât să cauți alt writer după o lună.

Asigură-te că e mulțumit de slujba pe care o prestează, că îi place subiectul despre care scrie (că nu o face doar pentru bani) și că plata e OK.

Nu te sfii să-i dai mai mulți bani pe articole odată ce vezi că scrie din ce în ce mai bine. Calitatea articolelor e foarte importantă... Nu vrei să petreci vremea căutând alt *writer* pentru că n-ai vrut să-i dai celui din urmă 1 leu în plus per articol.



Evaluare Personală:

**Cum să adaugi
conținut care să îți
aducă bani**

1. Care sunt cele trei lucruri pe care orice article de pe blogul tău trebuie să le aibă?

2. Scrie mai jos trei idei de articole pentru blogul tău, bazate pe cuvintele cheie alese în primul capitol.

3. Care este numele tag-ului HTML ce trebuie să încadreze titlurile articolelor?

4. Care sunt cele două puncte fierbinți care trebuie atinse în momentul în care vrei să faci o ofertă cuiva pentru a scrie articole pe blogul tău?

Capitolul al șaselea: cum să aduci trafic pe blog

Povestea celor trei investitori

Îmi vine în minte o poveste pe care mi-a spus-o acum ceva vreme un prieten bun.

Unor trei oameni li s-au dat anumite sume pentru a le investi. Unului i s-a dat 5 mii de dolari, altuia 2 mii de dolari și celui din urmă 1 mie de dolari. Puteau să facă ce vor cu banii, doar să scoată profit.

La sfârșitul perioadei de investiție, cel cu 5 mii de dolari a făcut încă cinci mii pe lângă cei cheltuiți. Cel cu 2 mii de asemenea la fel. În schimb, cel căruia i s-a dat o mie de dolari, nu a scos niciun profit.

El a fost satisfăcut doar știind că nu a pierdut niciun ban. Cel care le-a oferit banii pentru investiție, s-a supărat pe acesta din urmă, iar pe ceilalți doi i-a premiat.

Nu, nu e vreo poveste cu tâlc sau una motivațională. Ci una care ne spune purul adevăr: cei care au mult vor câștiga și mai mult și cei care au puțin, vor pierde acel puțin.

Buun... și ce legătură are asta cu aducerea traficului? Simplu. **Nu are rost să încerci să aduci mai mult trafic pe siteul tău dacă nu profiți la maxim de ceea ce ai deja!**

Trebuie să investești foarte bine în acel trafic de „1,000 de dolari” pentru a avea trafic de „5,000 de dolari”.

Pe scurt, de cele mai multe ori când oamenii se plâng că nu au trafic pe site trebuie să vadă dacă deja profită de acel trafic.

Mulți internet marketeri ar fi surprinși cum o mică schimbare din interiorul siteului lor poate afecta rata de conversie și ROI-ul (Return of investment).

Așadar, trebuie să fii atent pentru că traficul pe care îl aduci acum să conteze la ceva. Altfel îți pierzi vremea degeaba. Am văzut o grămadă de marketeri care se grăbesc să-și promoveze siteul fără a avea pic de conținut pe el. Complet greșit!

Cum să aduci trafic care convertește

Pe de-o parte sunt oameni care încearcă să găsească tehnica unui algoritm complex pentru a poziționa site-urile pe primele locuri în clasamente, iar de cealaltă parte suntem noi, restul. Oameni care pentru a obține trafic apelează la optimizări bazice, ce se pot învăța foarte repede de către oricine, și scriu conținuturi de calitate, încercând prin această tehnică să ofere informații / servicii care trezesc interesul cititorilor.

Aceștia optimizează modul prin care cei de la Google, în termenii lor de serviciu, spun că este indicat să procedeze. Mai clar, trebuie să optimizezi conținutul special pentru vizitatorii tăi, să oferi informații pe care aceștia le caută și datorită cărora se vor conecta într-un mod mai profund cu site-ul tău.

SEO (optimizarea pentru motoarele de căutare) nu ține cont de acest tip de detalii deoarece pentru a putea optimiza conținutul ai nevoie de creativitate și gândire, nu este îndeajuns să expui o densitate de cuvinte sau să te bazezi pe ecuații banale, precum

vizitatori + cuvinte + linkuri = succes.

Cei de la SEO gândesc mai degrabă în termeni de analiză matematică, decât din punctul de vedere al analizei vizitatorilor. Acesta nu ar fi o problemă majoră dacă nu ar fi implicați și oameni. Cele mai multe sfaturi din partea lor omit o parte critică a ecuației: emoțiile.

Oamenii aleg pe baza aceluiași factor dacă să citească articolele sau să cumpere produsele tale. Un factor psihologic indus (sau nu) de conținutul tău.

Lăsând la o parte toate aceste detalii, în momentul în care decizi că trebuie să îți optimizezi site-ul este foarte probabil și mai ales indicat să lași pe pagina principală și nu numai, factori care să acționeze în favoarea optimizării acelei liste lungă de rezultate afișată în urma diverselor căutări.

Dacă te gândești doar superficial la vizitatorii tăi și nu ești să te conectezi emoțional cât mai profund cu aceștia prin intermediul conținutului, vei scăpa printre degete o cantitate foarte mare de trafic și rezultate de căutare.

Competitorii mei sunt situați deasupra mea în ceea ce privește rangul datorită termenilor precum „internet marketing” și „website-uri de promovare”, dar chiar și așa, site-urile mele au tot atât sau chiar mai mult trafic decât au mulți dintre ei. Acest lucru se datorează celorlați termenii pe care oamenii îi caută în mod specific zilnic.

Gândește-te puțin la modul în care cauți tu. Dacă ești interesat să afli mai multe detalii despre stabilirea unei liste de contacte pe mail, cauți „internet marketing” sau „stabilirea unei liste de contacte pe mail”?

Dar hai să ne gândim și din alt punct de vedere. Dacă să zicem ai vinde pelerine pentru câini, cine ai prefera să intre la tine pe site? O persoană care a fost direcționată de către motorul de căutare, datorită cuvântului cheie „câine” sau o persoană care a folosit ca și cuvinte cheie „pelerine pentru câini”?

Aceia care vor ajunge pe site datorită cuvântului cheie „câine” nu vor face decât să îți ocupe lățimea de bandă deoarece nu sunt interesați de acele produse și căutau cu totul altceva. Într-adevăr este posibil să faci și câteva vânzări dar la sfârșitul lunii tot va trebui să plătești lățimea de bandă din propriile economii.

Eu prefer ca vizitatori mei să ajungă pe site datorită unor căutări precum „cum pornesc un blog” decât „internet marketing” deoarece aceasta din urmă este mult prea vagă și nu va aduce vizitatori de calitate.

Să ajungi în topul primelor zece site-uri ce apar la o căutare pe Google nu este doar un concurs pentru a vedea cine este mai bun în aplicarea algoritmilor. Este o afacere!

De cele mai multe ori îndemn oamenii să pună suflet în ceea ce scriu și să aleagă cuvintele cheie care descriu cel mai bine conținutul. Pune pe primul loc pasiunea pentru topic și dorința de a ajuta pe alții. Lasă pe locul 2 motoarele de căutare și vei avea mai mult trafic din listări decât ai avut vreodată din rapoartele căutării pe baza de cuvinte cheie.

De cele mai multe ori, atunci când de grăbesc și nu numai oamenii nu caută lucrurile în modul în care analizele cuvintelor cheie indică. Cuvintele cheie cu ajutorul cărora eu obțin trafic nu sunt trecute niciodată în rapoartele de căutare pe baza cuvintelor cheie. Cele prezente în rapoarte sunt conțin prea multe cuvinte și sunt mult prea specifice.

Dacă în mod constant urmărești numerele și te bazezi doar pe cuvintele care consideri că sunt importante pe piață, în mod sigur și absolut ratezi foarte mult trafic care caută tema conținuturilor tale pe baza unor termeni total diferiți, mult mai lungi și obscuri ce pot să iasă la lumină numai în momentul în care începi să scrii conținuturi bune, profunde și cel mai important folosite de celor din jur.

Dacă există 20 000 de site-uri care doresc să ocupe un loc printre primele zece rezultate la căutări ce au la bază „internet marketing” (sunt mult mai multe de atâtea) și fiecare proprietar verifică topul cel puțin o dată pe săptămână, rezultatele căutarilor ce vor apărea în rapoarte luna viitoare se vor diminua cu exact 80 000 de căutări.

Gândește-te că aceia ce apar în rapoarte ca și persoane ce caută conținutul tău nu sunt potențiali clienți, ei sunt competitorii tăi care doar își verifică numerele și se străduiesc să găsească pe baza acestora o soluție matematică să treacă în față.

Blogurile optimizate pentru oameni reali care conțin informații scrise de către o ființă umană vor avea întotdeauna un avans. Din punct de vedere al traficului și a calității, acestea întrec majoritatea site-urilor focusate doar pe SEO.

Cum să aduci trafic din rețelele sociale

Una din metodele de a aduce trafic rapid pe blogul tău este prin rețelele sociale. Oamenii petrec enorm de mult timp pe ele pentru a vorbi cu prietenii și pentru a cunoaște lume nouă.

Internet marketerii au speculat acest lucru și nu au ezitat să-și deschidă acolo pagini, cu singurul scop de a-și promova afacerea.

Rețelele sociale îți pot oferi un trafic de calitate medie însă într-un timp foarte scurt.

Prin trafic de calitate medie mă refer că est e mai bun decât dacă ai cumpăra niște liste de emailuri la întâmplare (lucru pe care nu ți-l recomand), dar nu la fel de bun decât traficul adus de motoarele de căutare.

Cei care intră pe site-uri gen Twitter, Facebook sau Neogen nu o fac cu gândul de a-și rezolva o problemă. Cel puțin nu în acel moment. În schimb, dacă intră pe Google, caută ceva și ajung pe site-ul tău, poți fi mult mai încrezător că sunt gata să ia acțiunea pe care ți-o dorești.

Avantajul "traficului din social media" este acela că vine foarte rapid. În momentul în care Tweet-uești ceva, te expui direct celor care ți-au dat follow. În contrast, pentru a avea trafic organic prin SEO, trebuie să aștepți săptămâni bune (poate chiar luni de zile).

La minimum, pentru a aduce trafic din social media, ai nevoie de:

- Un cont de twitter

- Un cont de Facebook
- O pagină de Facebook dedicată blogului tău

Apoi, nu rămâne **decât** să adaugi followeri pe Twitter, prieteni pe Facebook, la care să le **sugerezi** blogul tău.

Și aici calitatea contează. **Ultimul** lucru pe care îl vrei este să fii perceput ca un spammer care nu are nimic de zis – doar trimite linkuri.

Secretul aducerii traficului prin social media este ca ceilalți să vadă că, în spatele contului, este o persoană reală. Sigur, poți folosi un plugin gen "Tweet Old Post" pentru a trimite tweet-uri automate cu articole mai vechi, însă trebuie neapărat și tweeturi scrise personal, prin care să dialoghezi cu ceilalți.

Prezența social media trebuie să fie constantă însă nu o lăsa să îți mănânce prea mult din timp.

O capcană în care nu trebuie să cazi sub nici o formă:

Să nu ajungi să petreci 4-5 ore pe zi pe Twitter și Facebook, iar seara să ajungi la concluzia că ai fost extrem de productiv. Prezența social media este importantă dar nici chiar așa.

Motivul este simplu: traficul din social media nu este unul pasiv. Traficul din Google este pasiv pentru că un articol scris de tine acum un an îți va aduce vizitatori constant. Pe de altă parte, dacă nu mai intri pe Facebook sau Twitter, nu vei mai fi perceput și nimeni nu va mai intra pe blog de acolo.

Cheia aducerii traficului pe blog este diversitatea. Traficul prin social media capătă din ce în ce mai multă importanță însă, lucrurile cu adevărat importante pentru un blog sunt articolele de calitate și traficul organic.

Pune-ți un obiectiv să petreci 15 minute de social media pe zi, spre exemplu. După acele 15 minute, închide Twitter-ul, închide Facebook-ul și FĂ ALTCEVA. Fă un produs, fă un articol, trimite un email posibililor colaboratori.

E prea multă lume care *tweet*-uiește, despre ce au mâncat ei de dimineață, se bucură când mai au un follower și se supără când pierd unul, iar apoi își dau seama că nu fac nici un ban pe Internet.

Un blog de succes trebuie să aibă vizitatori pe lună de ordinul zecilor de mii. Stând 4-5 ore pe Facebook nu vei ajunge niciodată acolo.

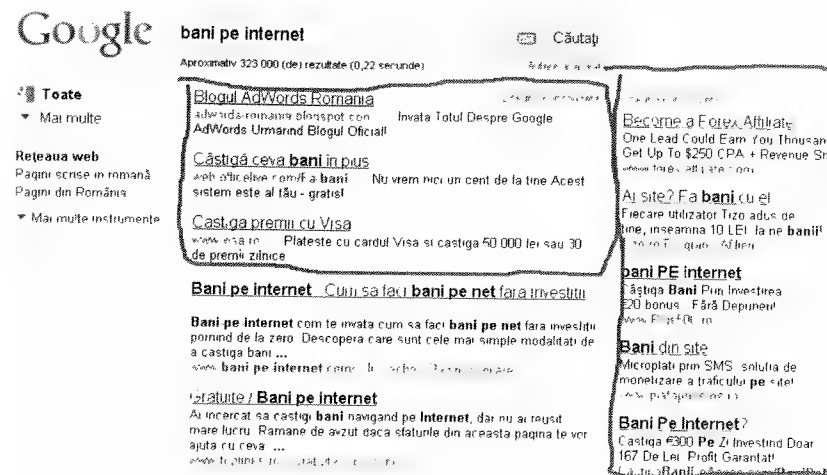
Cum să aduci trafic cu AdWords

O modalitate excelentă dar plătită de a aduce trafic rapid și de calitate pe blogul tău este să te folosești de AdWords.

Cum faci asta?

Să zicem că ești la început de drum și nu ai vizitatori din Google. Nicio problemă. Dacă plătești, Google te va pune pe prima pagină pentru orice cuvânt cheie vrei tu.

De exemplu, iată ce apare în google dacă cineva caută *bani pe internet*:



Zonele marcate cu roșu sunt reclame plătite. Asta înseamnă că acele afaceri sunt dispuse să plătească 4, 5 sau chiar 10 cenți americani pentru un click.

Rezultatele de sub acele zole cu roșu sunt cele normale pentru Google. Acele site-uri nu au plătit să apară pe prima pagină, ci au fost alese de Google pentru că el consideră că sunt de calitate.

Partea cea mai bună este că nu plătești de câte ori îți este afișată reclama, ci doar atunci când cineva dă click pe ea. Deci nu ești taxat decât atunci când vizitatorul intră la tine pe site.

Reclamele AdWords pot apărea nu numai atunci când cineva caută pe Google, ci și în Gmail, spre exemplu.

Gmail este serviciul de email de la Google, unul foarte bun. Să zicem că vinzi pe internet mingi de fotbal și ai reclamă prin AdWords.

Dacă optezi pentru reclame AdWords prin Gmail, în momentul în care cineva primește un email de la un prieten în care apar cuvintele *"minge de fotbal"*, Google îi va afișa automat reclama ta. Interesant, nu?

Reclamele prin Google AdWords vor apărea și pe site-urile celor care au ales să afișeze reclame prin AdSense. AdWords și AdSense sunt oarecum complementare și funcționează împreună.

În rezultatele motoarelor de căutare poți să plătești doar să ți apară linkuri text. Însă pe reclamele AdSense de pe alte site-uri poți opta să îți apară chiar și imagini sau filmulețe Flash. Totul depinde de ce buget ai și de cum îți faci calculele.

Traficul prin AdWords poate fi costisitor dacă nu ești atent. Trebuie să îți calculezi cu mare grijă cât licitezi pentru un click și să monitorizezi atent rata de conversie.

Însă, cu o nișă aleasă bine, cu un produs bun și cu o pagină de vânzări cu o ofertă unică, îți vei scoate cu siguranță banii.

Când vine vorba de blogging, AdWords se merită doar în anumite cazuri: atunci când ai un produs sau ai un buget foarte mare și vrei să faci rost rapid de trafic.

Dacă nu ai un produs, ci doar AdSense, AdWords va fi o risipă de bani. AdWords + AdSense pe același blog nu va merge niciodată.

În cazul în care vinzi produse prin afiliere, poți încerca AdWords însă trebuie să fii atent! Google nu te va lăsa să pui în AdWords link direct către pagina de afiliere.

În acest caz trebuie să faci o pagină de review, în care să spui avantajele și dezavantajele aceluia produs, și abia apoi să lași vizitatorul să vadă pagina efectivă de vânzare.

Google monitorizează destul de atent cine și cum își face reclamă prin el. Dacă. Acum ceva vreme, AdWords + afilierea mergeau foarte bine, acest lucru nu mai este posibil decât indirect.

Cum să aduci trafic din comentarii

În Secretul Afacerilor Pe Internet îți spuneam despre traficul din comentarii. Pur și simplu te duci pe alte bloguri și adaugi comentarii la articole.

Acum vreau să dezvolt puțin subiectul și să-ți spun o metodă pe care puțini o folosesc. Uite cum poți să generezi mii de linkuri către blogul tău pe gratis.

După cum am spus, are de-a face cu alte bloguri.

Funcționează astfel...

Atunci când adaugi un comentariu pe un blog, poți să-ți adaugi numele. Aici în loc de numele tău îți pui cuvântul cheie ale blogului iar, la adresa web, adaugi adresa siteului tău.

Cu toate astea... majoritatea marketerilor fac doar atât.

Ei bine, marketerii deștepți fac mult mai mult. Ei se uită peste blogurile care au în sidebar o zonă cu „Top comentatori”. Wordpress are un plugin denumit Top Commentators. Toți bloggerii care îl folosesc sunt de luat în vizor.

Asta pentru că pe măsură ce adaugi tot mai multe comentarii în timp de una două săptămâni (nu adăuga prea multe pentru a nu părea că vrei să faci spam) vei deveni un comentator de top și vei apărea în sidebar.

Partea foarte interesantă cu acest plugin este că apare pe fiecare pagină. Asta înseamnă mult trafic adus spre siteul tău.

Dacă găsești un blog care are mii de post-uri, scrie câteva zeci de comentarii sau chiar mai puțin apoi vei beneficia de mii de linkuri către siteul tău.

Un lucru important pe care trebuie să îl ai în vedere cu această metodă este să te asiguri că aceste linkuri au ”Do Follow” și nu ”No Follow”.

Așadar trebuie să fie linkuri care contează pentru motoarele de căutare.

Cum și unde să scrii comunicate de presă despre blogul tău

Redactarea unui comunicat de presă este asemănătoare cu redactarea oricărui alt tip de document. Doar că în acest caz trebuie să urmezi anumite reguli pentru a te asigura că incluzi toate informațiile necesare. În plus, comunicatul de presă trebuie gândit și redactat astfel încât să nu afecteze în mod negativ opinia cititorului.

Pentru a putea scrie un comunicat de presă trebuie mai întâi să stabilești subiectul conținutului și oricare ar fi alegerea ta este necesar ca aceasta să acopere părțile bazice ale afacerii tale. Întotdeauna un comunicat de presă trebuie să ofere informații cu privire la cine, ce, unde, când și de ce.

Este povestea mea o știre? Un comunicat de presă bine scris poate în mod dramatic să îți mărească vânzările, să îți promoveze numele companiei și să sporească imaginea afacerii sau produselor tale. Cu toate acestea comunicatul de presă nu trebuie confundat cu o reclamă deoarece scopul principal al

acestui este să facă cunoscute informații despre compania ta care merită să fie aflate de către cititori, nu să promoveze orice lucruri minore.

Subiectul comunicatului de presă:

1. Începutul trebuie să fie marcat de un titlu care atrage atenția. Titlul împreună cu paragraful introductiv trebuie să prezinte o poveste captivantă. Acest detaliu este important pentru ca motivează cititorul să meargă cu lectura până la capăt.
2. Rezumă-te la fapte. Conținutul trebuie să fie interesant dar nu aberant și plin de fantezii. De asemenea, atunci când prezinți detalii asigură-te că ilustrezi într-un mod cât mai real povestea. Folosește-te exemple din viața de zi cu zi pe care cititorul le poate vizualiza sau la care se poate conecta în mod direct.
3. Următorul pas este stabilirea unui unghi al poveștii cât mai apropiat de realitate și cât mai relevant. Ia în considerare toate evenimentele curente și probleme sociale din ziua de azi și adaptează conținutul comunicatului.

4. Exprimă-te concis și corect din punct de vedere gramatical. Evită să adaugi cuvinte pompoase care distrag atenția de la adevăratul sens al conținutului. Nu include clișee și jargoane care este posibil să nu fie înțelese de către oameni. Asigură-te că ai voie să folosești citate sau alte informații din interior ce nu îți aparțin, pentru a evita eventualele conflicte pe baza originalității textului.
5. Înainte de a trimite comunicatul verifică cu atenție punctuația și eventualele erori gramaticale. Aruncă o privire peste alte comunicate pe care le ai la îndemână ca să fi sigur că ai urmat formatul și modul adecvat de redactare.

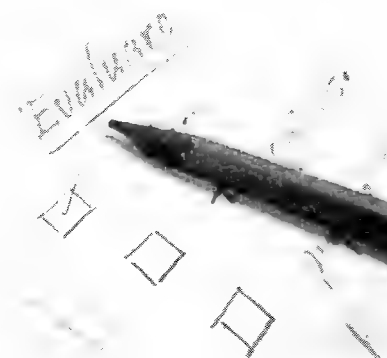
7 sfaturi de care trebuie să ții cont atunci când redactezi un comunicat de presă

1. Asigură-te că știrea merită prezentată
2. Prezintă audienței doar informații ce le sunt destinate în mod exclusiv
3. Începe cu o mică descriere a știrii, apoi vezi cine o prezintă în ordinea exactă

4. Întreabă-te "Vor fi capabili oamenii să se conecteze la acest subiect și dacă da cum?"
5. Primele 10 cuvinte din comunicat sunt cele mai importante, de aceea acestea trebuie să fie cele mai eficiente.
6. Vorbește doar pe baza faptelor și nu folosi informații ce nu au legătură cu topicul
7. Oferă cât mai multe informații de contact, precum adresă, telefon, fax, email, adresa website-ului. Acestea vor ajuta reprezentanții presei să își facă treaba cât mai bine și într-un mod mult mai eficient

Credibilitatea este unul dintre puținii factorii care poate câștiga, în același timp, atât inima cât și buzunarul unui client. Nimic nu îți va consolida mai bine credibilitatea decât un comunicat de presă cu un conținut foarte bun.

Pentru a profita la maxim de această cale de publicitate trebuie să redactezi mai mult de un comunicat pe an. Trebuie să fii mereu informat dacă vrei să știi care este cea mai potrivită perioadă de publicare.



Evaluare Personală:

Cum să aduci trafic pe blog

1. Care sunt principalele site-uri sociale pe care trebuie să fii activ pentru a aduce trafic pe blog?

2. Care este cel mai important lucru când vine vorba de aducerea traficului din motoarele de căutare (mai important decât optimizarea SEO)?

3. Merită să folosești AdWords pentru a aduce vizitatori și, în același timp, AdSense pentru a face bani din reclame Google? Motivează răspunsul.

4. Spune cu propriile cuvinte care sunt caracteristicile unui comunicat de presă.

Capitolul al șaptelea: cum construiești o relație durabilă cu vizitatorii

Cum ieși adresa de email

Marele secret al unui blog de succes este să faci vizitatorul să se întoarcă. Pentru asta, un conținut de calitate nu va fi destul (în majoritatea cazurilor).

Sunt miliarde de pagini web pe Internet și nimic nu garantează că un vizitator de-al tău îți va mai aminti de tine peste una sau două săptămâni.

Chiar dacă i-a plăcut articolul, chiar dacă a mai văzut câteva pagini de-alte tale și chiar dacă a dat click pe reclamele tale, s-ar putea să nu se mai întoarcă.

E nevoie să îți legătura cu vizitatorul tău și, cea mai bună metodă este să îi ieși adresa de e-mail.

Definiție: acțiunea vizitatorului tău de a îți introduce adresa de email în schimbul unui cadou și de a se înscrie la newsletter se numește "opt-in".

Sigur, suntem bombardați de spam în fiecare zi însă, dacă ai un blog de calitate, vizitatorului tău îi va părea bine să audă de tine.

Însă, pentru a-l face să-și dea adresa, trebuie să îl recompensezi. Vizitatorul nu își va lăsa datele de contact doar pentru că i-ai spus că "astfel va fi la curent cu toate noutățile". Pentru a avea o rată de conversie la introducerea mailului, e nevoie de o recompensă mai mare. Cu cât îi oferi ceva mai valoros, cu atât cresc șansele să își lase mailul.

Iată doar câteva din "cadourile" pe care i le poți promite, și oferi în momentul în care îți lasă mailul:

- O carte electronică legată de nișa ta (eBook) de maxim 20 de pagini
- O înregistrare audio (poate fi eBook-ul de mai sus citit de tine și înregistrat în format MP3)
- Un raport gratuit cu informații ce nu le va găsi în altă parte pe gratis

Pentru a-i lua adresa de mail, nu trebuie să te întreci pe sine cu cadoul. Ideal e să fie valoros, dar nu la fel de valoros ca un produs care ar costa bani. Altfel, în momentul când vii cu produse la fel de valoroase ca materialele gratis, s-ar putea să nu ai prea multe vânzări. Valoarea percepută pur și simplu nu va fi la fel de mare.

Sunt câteva locuri unde vrei să pui acea formă de înregistrare, în care îi promiți PDF-ul gratuit. Ideal ar fi să îl ai în mai multe locuri. Spre exemplu:

- În sidebar
- Pe o pagină separată, unde mai apar și principalele motive pentru care merită să se înscrie la newsletter (pe lângă acel cadou)
- Într-o fereastră popup

Un lucru important: vizitatorul trebuie pus la curent cu faptul că, prin introducerea adresei de e-mail, este de acord să primească mailuri de la tine.

Mulți vor doar acel cadou și nu se așteaptă la alte emailuri. În acel moment, vor considera că ce le trimiți tu este SPAM și s-ar putea să te raporteze sau să îți trimită mailuri "neprietenos".

Ultimul lucru de care ai nevoie e ca site-ul unde îți ții adresele de email (vom vorbi despre el imediat) să îți suspende contul iar tu să nu mai poți trimite nici un email de promovare.

Un ultimul lucru când vine vorba de acel cadou oferit pentru luarea adresei de e-mail. Nu te zgârci în a oferi pe gratis cele mai tari secrete ale tale legate de nișă.

Dacă îi oferi un PDF gratuit nefolositor, vizitatorul o să ajungă la concluzia că tot ceea ce oferi tu nu este de calitate.

Cum alegi un program de e-mail marketing

Adresele de email pe care le captezi trebuie stocate undeva, nu? Nu îți recomand să faci de la zero un program care să facă asta, sunt deja destule. În plus, dacă vrei să faci solo partea cu trimisul de mailuri, o să mai ai o problemă: mailurile trimise de tine s-ar putea să ajungă în spam.

Din acest motiv, toți marii marketeri folosesc site-uri 3rd party pentru a ține absolut toate adresele de mail. În plus, aceste servicii oferă și alte avantaje:

- Statistici despre câți abonați deschid mailurile, câți dau click și unde
- Staitsitci despre câți abonați pe zi ai (și multe altele)
- Segmentări ale abonaților pe interese
- Mecanisme de dezabonare pentru cei care nu mai doresc să fie abonații tăi
- Template-uri gratis de emailuri, pentru ca mailurile trimise de tine în masă să aibă un aspect atractiv
- Detalii despre fiecare utilizator, precum localitatea unde locuiește

- și multe alte lucruri

Majoritatea acestor programe de email marketing nu sunt gratis. Însă majoritatea din ele sunt destul de slabe calitativ - și spun asta după ce am încercat vreo 5-6, și am discutat ore întregi despre care sunt cele mai bune.

Concluziile la care am ajuns după lungi discuții le ai acum în fața ta. cele mai bune programe sunt...

1. Aweber (www.aweber.com)

E cel pe care îl folosesc și de care sunt cel mai mulțumit. Prețul e puțin cam pieperat (dacă ai între 0 și 500 de abonați pe lună) te costă \$19 pe lună însă îmi oferă toate facilitățile de care am cu adevărat nevoie.

2. Mailchimp (www.mailchimp.com)

Mailchimp are un mare avantaj: în momentul scrierii aceste cărți, dacă ai între 0 și 1000 de abonați, e GRATIS să ți faci cont și să trimiți până la 6000 de emailuri pe lună.

Motivul pentru care am ales aweberul este că mailchimp nu m-a lăsat să customizez formularul de înscriere așa cum vreau eu. Țin foarte mult la designul acestuia pentru că știu că de el depinde în mare parte rata de *opt-in*.

Dacă vrei să, mergi pe o variantă mai ieftină, nu îți recomand să faci asta. Am făcut greșeala de a merge pe un serviciu ieftin și, după ce am trecut de 5000 de abonați, a început să devină scump.

Apoi am trecut pe Aweber și, ghiți ce: Aweber mi-a cerut la importarea listei de dincolo ca fiecare abonat să reconfirme faptul că a ales să se aboneze la newsletter.

Rezultatul? Am pierdut 75% din abonați.

În momentul în care iei o decizie pe criteriul că "ieși mai ieftin", gândește-te întotdeauna care sunt consecințele pe termen lung.

De multe ori produsele și serviciile mai scumpe nu justifică prețul însă, în unele cazuri, se întâmplă opusul.

Cum să scrii o secvență de emailuri care îl va face să dea click

O secvență de emailuri este un instrument de marketing foarte eficient ce poate fi produs foarte ieftin și îți poate asigura o audiență foarte mare. De asemenea este și un mod discret de a-ți menține numele în ochii și perspectivele clienților. Te va ajuta să

îți stabilești reputația și credibilitatea, precum și promovarea afacerii.

Trebuie să te gândești bine la toate detaliile înainte de a lansa o secvență de emailuri fiindcă aceasta este o metodă activă de marketing și spre deosebire de publicitate care nu îți aduce rezultate instant, este posibil să aibă un succes imediat, cu un randament foarte mare pentru afacerea ta.

În momentul în care vei ajunge să îți dezvolti o baza de date cu abonați loiali vei avea cu adevărat beneficii. Însă pentru ca acest lucru să se întâmple trebuie să produci articole de calitate, pe care să le promovezi și prin alte metode de marketing disponibile, precum website-uri, broșuri sau mailuri directe.

Un alt dezavantaj care nu trebuie subestimat, este angajamentul pe care vei fi nevoit să ți-l asumi din punct de vedere al timpului și al energiei mentale.

E adevărat că după un pic de antrenament vei deveni mai rapid în redactarea articolelor dar este posibil să existe perioade în care vei fi așa de ocupat încât va fi aproape imposibil să te gândești la subiectul conținutului și la redactarea acestuia.

Dacă este pregătit să accepți provocarea și acest tip de articole, cu propagare pe mail, pot să devină distractive și simple la fel ca și orice alt mod de atragere a clienților. Este dispus îți asumi responsabilitatea și să faci acest angajament? Va fi în folosul afacerii tale tot acest efort?

la în considerare tot ce vrei să obții de pe urma acestor secvențe de email. Dorești să menții o linie deschisă de comunicare cu clienții și noile proiecte de viitor? Vrei să promovezi produsele sau serviciile pe care le oferi? Dorești să îți stabilești o reputație de expert în domeniul tău?

Conținutul

La fel ca toate materialele de promovare, secvențele de email trebuie să aibă beneficii pentru cititori chiar dacă aceștia vor fi sau nu clienții tăi. Spre exemplu, un contabil poate să explice legislația ultimelor taxe introduse, o firmă de PR poate să ofere sfaturi media, un antrenor în domeniul afacerilor poate să dea sfaturi cu privire la alocarea timpului.

Atunci când planifici structura secvențelor gândește-te în primul rând la cititori. Chiar dacă nu vei ști prea multe despre personalitatea lor, vei avea câteva idei cu privire la tipul persoanelor care sunt în mod normal interesate de informația pe care o oferi. Te va ajuta ca în timp ce scrii să îți stabilești în memorie imaginea unui cititor și astfel le vei adresa informația în mod direct fără a scrie prea multe despre tine.

Înainte de a începe, aruncă o privire peste alte secvențe de email. Ingredientele comune ale acestora sunt:

- informații cu privire la industrie
- anecdote personale
- sfaturi folositoare
- comentarii cu privire la diferite website-uri și cărți
- cronici sau elemente ale oaspeților prin contribuția scriitorilor
- sondaje de opinie
- materiale de promovare

Multe dintre ele folosesc sondajele de opinie pentru a intra în dialog cu cititorii și pentru a-și oferi ajutorul în perfecționare serviciilor și produselor pe care aceștia le oferă. De asemenea unii

oferă posibilitatea de a descărca gratuit informații, pentru a atrage cât mai multe persoane.

Dacă vei folosi secvențele de email pentru a face reclamă produselor și serviciilor pe care le oferi fii foarte atent unde îți poziționezi reclama. Dacă aceasta va fi la începutul emailului, unii cititori nu vor citii până la capăt deoarece cele mai multe emailuri încep cu informații generale și sfaturi folositoare, iar reclamele sunt puse la sfârșit.

Nu devia de la subiect

În ziua de azi cei mai mulți oameni sunt invadați de emailuri deci trimite doar emailuri scurte. Dacă vor fi prea lungi ai toate șansele să fie șterse înainte de a fi citite sau să fie lasate pe mai târziu, iar mai apoi să fie uitate.

Nu doar emailurile trecute să fie scurte ci și conținutul fiecărui articol în parte. Secvențele de email se aseamănă puțin cu comunicatele de presă în care trebuie să îți poziționezi mesajul principal cât mai în față. Dacă vrei să scrii articole lungi mai bine le pui pe site și oferi în email linkuri care duc spre ele.

Pune amprenta personalității tale în fiecare email deoarece scrisul online nu este atât de formal ca și cel printat. De aceea poți scrie exact așa cum vorbești zi de zi, ca să vorbești în mod direct cu cititorul. Dar întotdeauna ține cont de regulile care se aplică unui articol bun – cuvinte simple, propoziții și paragrafe scurte.

Înainte de a le trimite, verifică partea gramaticală și de ortografie. Poți să rogi un prieten sau un coleg să facă aceast lucru dacă tu ești mult prea ocupat sau ești atât de fascinat de subiect încât este posibil să nu observi aceste detalii. Un mod de a vedea informații mai clar este să îl trimiți prima dată către tine. Astfel vei putea să verifici și aspectul pe care îl are.

Respectă structura

Alege un șablon simplu care să îți definească brand-ul și imaginea pentru ca toate emailurile de la tine să conțină cel puțin un detaliu comun. Poți să folosești text cu bold sau html. Avantajul celui cu bold este că poate fi citit de către toată lumea dar html va oferi versatilitate mai mare cu designul și culorile. Unii oameni produc ambele versiuni.

Subiectul principal emailului

Folosește subiectul principal al emailului pentru a te identifica, astfel cititorii vor ști imediat că au primit un email de la tine. De asemenea poți să incluzi și o imagine captivantă care să prezinte pe scurt subiectul. Ai grijă fiindcă unele servere blochează emailurile care conțin în titlu cuvinte precum: problemă, articole online, număr/numere și gratis.

Titlul

Întotdeauna folosește un titlul care să se identifice cu conținutul. Acesta trebuie să conțină numele articolului prezentat și numele companiei tale. Chiar dacă pui numele articolul în subiectul principal al emailului repetă-l și aici deoarece subiectul poate să fie schimbat în timp ce este retrimis spre alte persoane.

Cuprinsul

Foarte multe secvențe de emailuri, chiar dacă sunt scurte încep cu un cuprins.

Subsolul sau bara laterală

Dezvoltă un subsol sau o bară laterală standard ce trebuie să conțin informații precum:

- detaliile tale de contact
- cum să se aboneze
- o încurajare de a trimite emailul colegilor sau prietenilor care doresc să se aboneze
- detaliile de copyright
- declarație de confidențialitate în care să oferi garanția că nu vei distribui nimănui informații legate de cititori

Construirea comunității cititorilor

Decide-te de la început cum vei dezolva relațiile cu cititorii și comunitatea acestora. Vei începe probabil cu cititorii și perspectivele actuale pentru ca mai apoi să extinzi lista prin eforturile pe care le vei depune.

Încurajează oamenii să se aboneze secvențelor tale de email prin includerea informațiilor cu privire la alte materiale de promovare, website si mail direct. Nu trimite mailuri persoanelor pe care nu le cunoști sau care nu au cerut acest lucru.

Baza de date și de distribuție

Cea mai simplă metodă este folosirea căsuței tale de inbox pentru a putea crea un folder cu emailuri pe care le-ai trimis. Prima data trimite emailul către tine și o copie(Bcc) comunității de cititori.

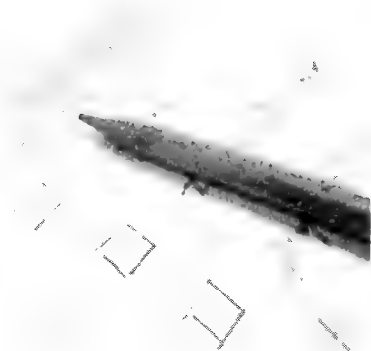
S-ar putea să fie mai ușor să trimiți mailul pe grupuri decât tuturor în același timp, însă această metodă va funcționa numai dacă baza de date este mică. Pe măsură ce se va dezvolta vei fi nevoit fie să cumperi un program de software (gen Aweber sau Mailchimp) care să organizeze toate acestea.

Stabilește-ți modul în care dorești să gestionezi eventualele probleme ce pot să apară. Unele persoane le arhivează pe website-ul personal, unele prezintă numai ultimele probleme și câțiva prefera să nu discute aceste probleme pe site.

Trebuie să fi pregătit deoarece vor fi și oameni care se vor dezabona sau pur și simplu nu vor deveni niciodată clienții tăi chiar dacă citesc tot ceea ce oferi. Ai puțină răbdare și vei avea parte de beneficiile unei relații de lungă durată cu comunitatea cititorilor loiali.

În concluzie

- fii clar în privința obiectivelor tale
- redactează emailuri în mod regulat
- trimite-le doar acelor persoane care doresc să le primească
- oferă informații care sunt în interesul cititorilor, chiar dacă aceștia nu sunt clienții tăi
- rezumă-te la texte scurte și simple
- promovează-ți produsele sau serviciile pe scară largă pentru a câștiga mai mulți clienți



**Evaluare
Personală:**

**Cum construiești o
relație durabilă cu
vizitatorii**

1. Ce fel de cadouri poți oferi vizitatorilor tăi în schimbul adresei lor de e-mail?

3. Ce este o secvență de e mailuri și de ce e ea importantă?

Capitolul al optulea: cum sa faci bani din blog

Cum să faci bani cu Google AdSense

Dacă ești la început și nu ai resursele necesare să-ți creezi propriul produs, nu e nici o problemă.

Un produs implică foarte multă muncă:

- Un studiu de piață atent
- Cunoștințe despre cum să scrii produsul informațional
- Cunoștințe de copywriting pentru scrierea paginii de vânzări

Ce seste Google AdSense?

AdSense este metoda prin care Google își câștigă cea mai mare parte din profituri. Metoda este foarte simplă, atâta timp cât deții monopolul pe scena motoarelor de căutare.

Google lasă pe oricine să plătească pentru a fi afișat pe prima pagină a căutărilor. Cu alte cuvinte...

Dai un ban dar stai în față.

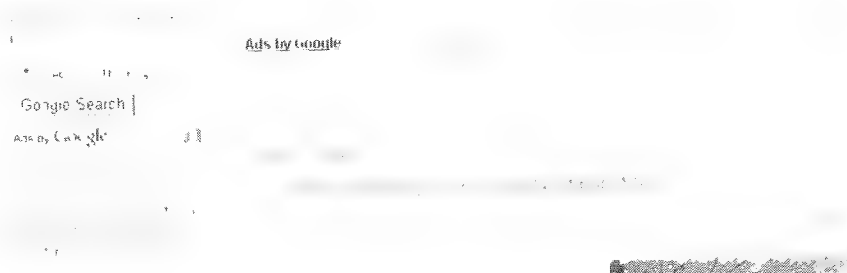
... cel puțin când vine vorba de căutări pe Google.

Însă reclamele Google nu sunt afișate doar în rezultatele de căutare. Ele pot fi afișate pe orice site este înscris în program. Din acest motiv, poți profita pentru a afișa propriile reclame pe blogul tău.

Google AdSense este fără discuție cea mai ușoară modalitate de a face bani din blogul tău. Se bazează pe faptul că există alte site-uri din aceeași nișă sau din nișe complementare care ar dori să ajungă la vizitatorii tăi.

Practic, tu trebuie să pui în paginile tale o bucată de cod dată de Google care va arăta automat vizitatorului reclame în funcție de specificul site-ului tău.

Spre exemplu, unui blog cu sfaturi de grădinărit îi vor apărea reclame de genul "Water Garden Pond", "Landscaping Ideas", "Garden Ideas":



Observi acolo sus unde scrie "Ads By Google"? În dreapta lor sunt linkurile alese de Google către alte site-uri asemănătoare cu ale site-ului original.

Practic, Google stabilește un "canal" pe site-ul tău prin care afișează niște reclame alese de el.

Asta înseamnă că cel căruia îi apare reclama pe site-ul tău nu știe asta. De fapt, aceeași reclamă va apărea la zeci sau chiar sute de alte site-uri de profil.

Cât pot câștiga din AdSense?

Din AdSense poți câștiga oriunde între 2 cenți și 100 de dolari pentru un click (foarte rar). Cert este că, în timp, aceste sume se acumulează și îți pot aduce un profit consistent la sfârșit de lună.

Câștigul depinde de mai mulți factori, printre care:

- Cât e dispus cel care cumpără spațiul publicitar să liciteze pentru el
- Cât de mult trafic ai pe site
- Cât de relevanți sunt vizitatorii pentru site-ul celui care are reclama

Un lucru este sigur: un blog de succes are vizitatori de calitate, trafic mare și abordează un singur subiect. Perfect pentru ceea ce caută Google.

Cum sunt plătit prin AdSense?

Aici e partea cea mai interesantă. Google te plătește pentru fiecare click pe care vizitatorul tău îl dă pe una din reclamele afișate pe site.

Tratează AdSense-ul ca pe o afacere

O perspectivă foarte bună din care poți să privești AdSense-ul este aceea a unei afaceri: ai venituri și cheltuieli. Iar, dacă ai și trafic mult, ambele variabile vor fi destul de mari.

Secretul AdSense-ului

Întrebarea pe care probabil ți-ai pus-o este: de ce ar da utilizatorul click pe reclamă? Cu alte cuvinte, cum îmi maximizez profitul?

Răspunsul stă în design. Trebuie să faci reclama să pară că face parte din site.

Dacă ai un site cu albastru, verde și alb, să nu crezi că un AdSense cu text roșu te va ajuta. Va ieși într-adevăr în ochii vizitatorilor însă nu într-un mod pozitiv.

Secretul celor mai bune reclame (adică ale acelor care vând) este să nu pară ca niște reclame. E la fel și în AdSense.

E pentru mine AdSense-ul?

Asta rămâne să decizi doar tu după ce citești avantajele și dezavantajele celorlalte metode de monetizare. Dacă vrei să faci bani serioși din Internet, AdSense-ul nu este o opțiune. Produsele se vând mult mai bine (deși sunt greu de făcut).

Chiar dacă nu ai propriul produs, poți începe cu marketing afiliat, adică să vinzi produsele altora.

Google AdSense e merită doar dacă ai un blog cu trafic consistent, cu vizitatori predominant străini. În restul cazurilor, vei face maxim 3-400\$ pe lună.

Totuși, asta nu înseamnă că nu poți face bani cu el. Avantajul acestei metode de monetizare este acela că poți începe să faci bani destul de rapid, cu condiția să ai trafic.

Un alt avantaj este acela că nu mai trebuie să îți bați capul să cauți sau să faci produse. E mai greu decât să convingi un om să

cumpere un produs (fie el prin afiliere sau nu) decât să dea click pe o reclamă (lucru care, pentru el, e gratis).

Merită să pun AdSense pe blog de la început?

Dacă te-ai decis să pui AdSense pe blog, nu îți recomand să îl instalezi din prima. Traficul este oricum mic iar reputația ta este inexistentă.

Mai așteaptă până ajungi măcar la 300 de vizitatori pe zi. Abia atunci o să începi să culegi niște sume cât decât palpabile. Până atunci, cel mai bine este să te focusezi pe aducerea și păstrarea vizitatorilor pe blog.

Merită să pun AdSense dacă am un blog în limba română?

În principiu nu prea. Dacă Google îți afișează reclame în limba română, fii sigur că nu te va plăti cu mai mult de 3-4 cenți pe click. Google pur și simplu nu pune valoare pe clickurile utilizatorilor din România (pentru că advertiserii din România nu licitează mult pentru reclame).

Recomandarea mea este să-ți pui AdSense doar dacă plănuiești un blog într-o limbă vorbită într-o țară dezvoltată, precum în engleză, spaniolă sau germană.

Cum să faci bani prin afiliere

O metodă extrem de folosită în străinătate pentru a face bani este prin afiliere. Ce înseamnă asta.

Afilieră înseamnă că vinzi produsele altora contra unui comision. Dacă nu ai cunoștințele sau resursele necesare să îți faci propriul produs, de ce să nu vinzi produsele altora pentru un procent din profit?

În plus, mulți vânzători de produse oferă comisioane enorm de mari, ce pot ajunge până la 75%. Asta înseamnă că pentru fiecare vânzare care se realizează prin site-ul tău, tu ești plătit de 3 ori mai bine decât însuși creatorul produsului.

De ce le convine lor să facă asta?

Pentru că astfel atrag mai mulți afiliați în rețea. Chiar dacă nu vor câștiga grosul fiecărei vânzări, ei câștigă prin volum. Dacă adună 1000 de afiliați, le convine de minune să rămână cu 25% din fiecare vânzare. În plus...

Ei rămân și cu baza de date de clienți. Asta înseamnă că, la următorul produs, vor avea 100% din profituri.

Cum mă afiliesc?

OK, acum vine partea interesantă. Înainte de a începe să faci bani, e nevoie să găsești un program de afiliere. Cu alte cuvinte, căutăm un sistem pus la punct care intermediază relația ta cu vânzătorii.

Fiind vorba de bani, e nevoie de o rețea de încredere, ce și-a construit deja o reputație pe Internet.

Rețeaua care mie mi-a plăcut cel mai mult și despre care vreau să vorbim puțin este... ClickBank.

La www.ClickBank.com găsești unul dintre cele mai mari site-uri de afiliere din lume.

De fapt, fie că vrei să îți promovezi propriul produs la posibili afiliați, fie că vrei să te afiliezi, ClickBank este cel mai bun site pentru a face asta... atâta timp cât vorbim de produse în limbi de circulație internațională (engleză, franceză, spaniolă etc.)

Clickbank e simplu de folosit. În momentul în care intri pe pagina principală, ești întâmpinat de cele două opțiuni.

În cazul nostru, vom alege să dăm click pe butonul de "Learn more" de sub cuvântul "Affiliates". Vrem să aflăm cum ne putem afilia la produsele altora cât mai repede.



Odată ce ai intrat, nu trebuie decât să dai click pe butonul de "Join now", apoi să îți introduci toate detaliile.

Observă cum ultimul câmp ce trebuie completat este așa-numitul "Account Nickname". Acesta poate fi ce vrei tu, și te ajută în identificare vânzărilor tale ca afiliat.

Partea bună la ClickBank este că, pentru a intra în rețea ca afiliat, nu te costă nimic. Există o taxă de deschidere de cont dar doar pentru cei care au propriul lor produs.

Perfect.

Acum că ai propriul tău cont, putem să mergem direct să căutăm produse pentru a le promova pe blogul tău de succes.

ClickBank a introdus conceptul de "piață". La <http://www.clickbank.com/marketplace.htm> găsești un catalog de

produse pe care le poți promova instantaneu, folosindu-te de acel "Account Nickname".

Însă nu poți alege produse la întâmplare pe care să le promovezi. În partea dreaptă a paginii ai toate categoriile disponibile.

În funcție de nișa în care se află blogul tău, trebuie să mergi în categoriile de produse unde crezi că ai cele mai mari șanse să găsești produsul afiliat perfect.

De exemplu, dacă dai pe Games, îți va fi afișată o listă cu toate produsele care au legătură cu jocuri:

The screenshot shows a sidebar with a list of categories: Art, Entertainment, Betting, Business, Computers, Education, E-books, Games, Health, Home, Life, Music, Pets, Sports, Travel, and Video. The 'Games' category is selected. The main content area displays a list of products under the 'Games' category. The first product is 'Starcraft 2 Mastery Guide & Campaign Guide' by 'Starcraft 2 Guide'. It has a 'Promote' button and statistics: Initial \$ sale: 100, Avg %/sale: 100%, Avg Retill Total: 100. The second product is 'Starcraft 2 Guide: The Top Selling Starcraft 2 Strategy Guide' by 'Starcraft 2 Guide'. It also has a 'Promote' button and statistics: Initial \$ sale: 100, Avg %/sale: 100%, Avg Retill Total: 100. The third product is 'Zygor Alliance & Horde World of Warcraft Leveling & Dailies Guides' by 'Zygor'. It has a 'Promote' button and statistics: Initial \$ sale: 100, Avg %/sale: 100%, Avg Retill Total: 100.

Observi că, sub fiecare produs, este o mică secțiune care se numește "Stats"? Aceasta îți dă detalii despre cât de bine se vinde produsul.

Ca afiliat e important să știi asta. Altfel riști să promovezi niște produse ce nu au fost făcute cu cap și, prin urmare, nu vor genera vânzări.

Odată ce ai analizat fiecare produs pe toate părțile, nu trebuie decât să dai click pe butonul "Promote".

În momentul când te hotărăști să vinzi un produs, îți va fi dat un link. De-acum încolo, singura ta misiune este să faci utilizatorii să dea click pe acest link. În momentul în care cumpără, contul tău de clickbank va fi creditat automat cu procentul din vânzare cuvenit.

Te-ai prins, nu-i așa, că acest link va trebui promovat pe blogul tău?

Aici sunt mai multe variabile de luat în calcul:

- Ce fel de link va fi, imagine sau text?
- Unde va fi poziționat pe blog?
- Dacă e vorba de link text, ce ar trebui să scrie pe el pentru a convinge vizitatorii să dea click?
- Dacă vreau să promovez linkul cu o imagine, cine va face acea imagine?

Dacă vrei ca linkul să fie imagine sau text, depinde de tine. Imaginea va atrage cu siguranță mai multe clickuri, însă sunt vizitatori care tind să dea click pe text.

O combinație interesantă pe care poți să o încerci este aceea de a avea imagine + text sub ea. Astfel, vei atrage ambele categorii de vizitatori.

Să vorbim puțin despre locație. Prima locație care ar trebui să îți vină în minte când vine vorba de promovare de produs este în *sidebar*-ul blogului. Cu alte cuvinte, acea "fâșie" unde apar *link exchange*-urile, cele mai noi *post*-uri, secțiunea "despre mine" sau butoanele de Facebook și Twitter.

Un alt loc bun pentru promovare este chiar în header. Astfel te asiguri că unul dintre primele lucruri pe care un vizitator le vede este reclama. Nu e recomandat să faci asta în momentul în care blog-ul tău este abia la început, însă, dacă ai trafic, e o opțiune demnă de luat în seamă.

Dacă pusul unei reclame în header sau în sidebar este evident pentru vizitator, poți încerca și în locuri mai puțin evidente. Spre exemplu, chiar în interiorul unor articole.

Spre exemplu, dacă ai un blog despre jocuri și tocmai scrii un articol despre Warcraft, merită să introduci și un link de afiliat către unul din produsele pe care le promovezi. Iar dacă nu ai promovat încă un produs de genul acesta, poți merge rapid în ClickBank pentru a-ți genera *link*-ul de afiliat. E gratis.

Frumusețea în a introduce linkul de afiliat în text este că utilizatorului nu va auzi în cap acea voce care strigă "*Vânzare! Vânzare! Omul ăsta încearcă să îți vândă ceva!*" El pur și simplu va citi un articol despre un subiect de care e pasionat, și va da click pe un link, aăa cum dă click pe zeci de alte linkuri în fiecare zi.

În sfârșit, un loc unde mai poți încerca să pui un banner cu imagine sau imagine + text (aici textul simplu nu merge) este în *footer*, sau în josul paginii.

După cum am mai spus, dacă un utilizator ajunge până în josul paginii, există un risc să plece. De ce să nu încerci marea cu degetul și să vezi dacă nu cumva e interesat de produsul pe care tu îl promovezi?

Să vorbim puțin despre ce texte trebuie să apară pe linkuri și ce fel de poze poți să pui pe blog pentru promovare.

În mod normal, un produs care se respectă, are atât o pagină de vânzare beton cât și o pagină de afiliați. Ce este aceasta?

O pagină de afiliați este o pagină făcută special pentru tine, cel care vrei să promovezi un produs. E făcută pentru a te ajuta să vinzi cât mai mult.

De obicei conține:

- Cuvinte cheie recomandate pentru care ar trebui să-ți optimizezi articolele,

- Bannere gata făcute pe care le poți pune pe site,
- Articole gata făcute pe care le poți publica pe blogul tău,
- Anunțuri complete ce le poți publica pe Google AdWords
- Texte pentru linkul tău de promovare

Unde găsec pagina de afiliați?

Pagina de afiliați nu e destinată cumpărătorilor produsului. De aceea, e puțin mai greu de găsit. Locul cel mai sigur pentru a o găsi este în *footer*-ul paginii de prezentare.

În footer găsești o secțiune de genul:



Tot ce trebuie să faci este să dai click acolo unde scrie "Affiliate Program" sau "Affiliates" pentru a o accesa.

Întrebare care se pune este: se merită să folosesc textele și imaginile lor de promovare sau mai bine le fac eu pe ale mele.

Răspunsul este: depinde.

Dacă ești la început, nu poți spune că știi mai bine piața sau produsul mai bine decât ei. E și în interesul lor ca pagina de afiliați și conținutul ei să iasă beton. E interesul lor ca afiliații să vândă cât mai mult.

De aceea, e mai sigur să urmezi recomandările lor în materie de promovare. Ei cunosc cel mai bine piața și produsul. Apoi, în timp, poți încerca propriile texte, imagini și articole, pentru a vedea dacă acestea au mai mult succes.

Dacă ți se cere să îți introduci datele pentru a accesa pagina de afiliere, e ok să o faci. Cu siguranță ve fi "deranjat" de emailuri, însă o vor face doar atunci când au un produs nou de promovat.

În acel caz, probabil vrei să încerci oricum să-l promovezi. În fond, produsele următoare lansate de ei vor fi legate de primul iar, dacă ai un blog de succes în acea nișă, promovarea mai multor produse s-ar putea să îți rotunjească veniturile.

Cum mă asigur că linkul de afiliere ClickBank merge?

E o întrebare la care vrei cu siguranță să știi răspunsul. Odată ce ai instalat bannerul sau textul, vrei să te asiguri nu numai că linkul e funcțional, dar și de faptul că banii vor intra în contul tău când cineva cumpără.

Să verifici asta e foarte simplu. Dă click pe linkul de pe blogul tău (la fel cum ar face-o un vizitator de-al tău) apoi intră pe pagina de comandă.

Apoi uită-te în josul paginii, unde scrie "*Affiliate=*". Dacă după egal e scris nickname-ul tău de pe clickbank, înseamnă că totul e ok. Dacă scrie "*Affiliate=none*" sau "*Affiliate=altceva*", înseamnă că ceva nu e în regulă.

Aruncă o privire peste imaginea de mai jos, pentru a vedea unde este localizată secțiunea:



În concluzie, promovarea unui produs prin ClickBank este cea mai bună metodă de a monetiza pe termen scurt, și de a cunoaște o nișă pe termen lung.

Peste 1-2 ani, poți să vii cu propriile tale produse, care să fie mult mai bune decât cele pe care acum le promovezi ca afiliat. În acest timp o să ai și timp să îți construiești trafic serios plus o listă de cel puțin 10 000 de abonați.

Dimensiunea traficului și a nișei depind doar de cât ești de dedicat blogului tău, de cât de mult (și de inteligent) ești dispus să muncești la el.

Secretul constă în cunoașterea la perfecție a nișei, în siguranța că e o nișă care se monetizează (în care omul e într-adevăr dispus să plătească pentru produse) și în munca continuă pentru a domina nișa pe care ți-ai ales-o.

Cum să faci bani din rețelele CPA

Monetizarea prin CPA este probabil cea mai puțin înțeleasă de internet marketerii noi. Asta din cauză că aceasta nu implică nici o vânzare.

Poate părea ciudat la prima vedere, însă te asigur că se fac bani serioși prin rețelele CPA.

Ce este CPA? CPA vine de la "Cost Per Action", și se referă la faptul că firmele te plătesc pe tine dacă tu îți convingi vizitatorul să ia o acțiune.

De cele mai multe ori, această acțiune poate fi completarea unui chestionar sau al unui formular cu datele de contact.

Monetizarea prin CPA este similară cu cea prin afiliere, însă mai "ușoară". Nu ești plătit atunci când vizitatorul tău cumpără, ci în momentul în care completează formularul vânzătorului.

Îți închipui că, e mult mai ușor să convingi un om să completeze un formular cu numele și adresa de email decât să îl faci să scoată cartea de credit.

Avantajele intrării într-o rețea CPA sunt numeroase. Din acest motiv, CPA-ul a deveni foarte popular în ultima vreme.

Iată-le pe cele mai importante dintre ele:

- Nu există presiunea unei vânzări pe client.
- Ești plătit mult mai bine decât dacă ai pune pe blog reclame Google AdSense
- Poți oferi vizitatorului un mic cadou sub forma unui eBook dacă e de acord să completeze formularul. Devreme ce nu vinzi nimic, îți poți oferi asta fără să îl compromiți sau să faci concurență vânzătorului

Cum încep să fac bani din rețelele CPA?

Pentru a începe, trebuie să intri într-o rețea CPA. Există rețele bune, rețele proaste și "țepe". O să îți dau aici câteva exemple de rețele CPA care au reputație și îți vor plăti banii pe care i-ai câștigat:

- InstantDollarz
- Commission Junction
- Vintacore
- CPA Camp
- Fluxads
- Casharella
- CPA Hut
- Tradedoubler

Exemplele de mai sus sunt doar exemple. Dacă vrei să fii cu adevărat informat despre avantajele și dezavantajele fiecărei rețele în parte, îți recomand site-ul:

<http://cpaoffers.com/>

unde vei găsi tot ce ai nevoie pentru a lua o decizie înțeleaptă.

Indiferent dacă te tentează sau nu această metodă de a face bani prin rețele CPA, un lucru este clar: se pot face bani mai mulți prin ele decât prin Google AdSense, însă nu la fel de mulți ca prin marketingul afiliat sau prin vânzarea propriului produs.

Cu cât se fac mai mulți bani printr-o metodă, cu atât aceasta e mai greu de aplicat și necesită mai mult timp și resurse. Depinde de tine să faci alegerea corectă

Alte metode excelente de monetizare

În ultimul an, oportunitățile pe care le au bloggerii de a face bani s-au triplat. Sunt atât de multe încât mi-e greu să le scriu aici pe toate. Și partea bună este că acestea cresc în fiecare zi.

De exemplu, sunt anumite programe care te plătesc doar ca să le pui un articol pe blogul tău. Desigur, articolul va fi targetat, în funcție de nișa în care te afli.

Am văzut și în limba română astfel de programe. E adevărat că treaba merge mult mai bine pe un site în limba engleză. Așa cum am mai spus – te poți asocia cu cineva care cunoaște engleza. Tu te ocupi de strategia de marketing și partea tehnică a blogului, iar personala respectivă de conținut.

Bun, uite câteva programe pe care în mod clar trebuie să le ai în vedere.

- **Pay Per Post (Te plătește pe post)**

www.PayPerPost.com

PayPerPost este unul dintre cele mai mari servicii disponibile care le oferă bloggerilor oportunitatea de a fi plătiți pentru articolele pe care le scriu pe diferite subiecte. Ei sunt pionierii acestui tip de program.

- **Review Me (Scrie părerea ta despre alții)**

www.ReviewMe.com

Programul Review Me funcționează diferit decât cel PayPerPost deoarece advertiserii te vor contacta direct oferindu-ți o anumită sumă pentru a le promova afacerea la tine pe blog.

Acest serviciu funcționează de minune pentru acei bloggeri care au început deja să genereze trafic pe siteul lor și care și-au dezvoltat o bază de abonați la newsletter.

- **Loud Launch (Tot un fel de PayPerPost)**

www.LoudLaunch.com

Acest program funcționează la fel ca și PayPerPost, unde poți să cauți și să accepți oportunități de a fi plătit pe post. Desigur, nu e chiar atât de popular pe cât e PayPerPost.com, însă poate însemna o oportunitate foarte bună pentru fiecare blogger.

- **Sponsored Reviews**

www.SponsoredReviews.com

Acest program este o combinație dintre PayPerPost și Review Me. Aici poți să cauți și să accepți oferte și totodată să permiți advertiserilor să te contacteze în mod direct.

Sponsored Reviews pune în legătură advertiserii cu bloggerii care își doresc să scrie păreri sincere despre serviciile, produsele sau siteurile lor.

- **BlogVertise**

www.BlogVertise.com

BlogVertise funcționează diferit de PayPerPost și Review Me. Aici oportunitățile și ofertele sunt diferite. Cu BlogVertise, bloggerii au acces la oferte în funcție de conținutul pe care îl au pe blog și de rankul siteului.

- **Blogger Wave**
www.BloggerWave.com

Blogger Wave te poate plăti cu până la 10 dolari pe post și are foarte puține cerințe când vine vorba de înregistrare. Ceea ce face din acest site o oportunitate foarte bună pentru bloggerii noi.

Pur și simplu te înregistrezi și adaugi pe site URL-ul siteului tău. Apoi te autentifici în cont și alegi dintre ofertele existente.

Dacă decizi să accepți una din ele, pur și simplu trebuie să citești descrierea și să scrii un post pe blogul tău.

Apoi cei de la BloggerWave se vor uita pe postul tău și îți vor trimite banii prin PayPal foarte repede.

- **Blogitive**
www.Blogitive.com

Acest program este super pentru bloggerii începători. Poți câștiga până la 5 dolari pe post fără să conteze cât trafic sau conținut ai. Sau cât de nou este blogul tău.

- **Smorty**
www.Smorty.com

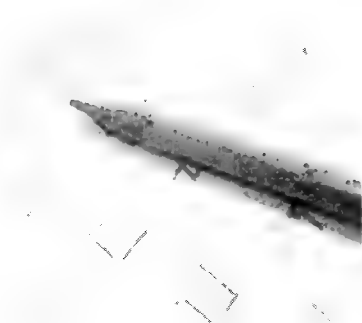
Programul te plătește cu minim 6 dolari per post. Cu atât mai mult cu cât blogul tău crește în popularitate.

- **LinkWorth**
www.LinkWorth.com

LinkWorth este unul dintre cele mai mari siteuri de marketing care aduce împreună atât advertiserii cât și bloggerii. Ai aici o grămadă de produse și servicii.

După cum vezi, ai o grămadă de oportunități pentru a câștiga bani din blogul tău. Trebuie doar să te pui pe treabă.

Iar în finalul acestui sub-capitol, îmi permit să îți dau un sfat: de încercat, încearcă-le pe toate, vezi care merge pentru tine și care nu. Însă într-un final, rămâi cu primele 2-3 cele mai bune. Nu îți pierde vremea cu restul.



Evaluare Personală:

Cum să faci bani din blog

1. Care este cel mai mare site străin pentru marketingul afiliat?

2. Pune următoarele metode de monetizare în ordinea în care s monetizează. Începe cu cea prin care poți aduce bani cel mai ușor, și termină cu cea prin care obții bani cel mai greu:

- CPA
- Propriul produs
- Google AdSense
- Afiliere

3. Scrie mai jos câteva din metodele de monetizare care nu se regăsesc printre cele enumerate la întrebarea numărul 2.

Capitolul al noualea:

Marketingul viral pentru bloguri

Marketingul viral nu este o chestie neapărat nouă, însă a atras atenția din ce în ce mai mult în ultimii ani.

Motivul este simplu: îți poate aduce foarte mult trafic pe blog. Și, după cum știi, traficul este sângele marketingului online: când nu mai curge, nu mai intră nici bani iar afacerea ta moare.

În acest capitol vreau nu numai să îți spun care sunt secretele unui marketing viral ci și dacă acesta este doar un trend, "o fiță", și dacă, în câțiva ani, va dispărea complet din vizorul celor care fac bani pe Internet.

Ideea de bază a marketingului viral este aceasta: vrei ca vizitorii site-ului tău să răspândască vorba despre el de bună voie. De fapt, vrei ca ei să o facă din proprie inițiativă și să fie mai mult decât bucuroși că o fac.

Sună a misiune imposibilă, nu-i așa? ☺

Nu neapărat.

Principiul care stă la baza marketingului viral este acesta: o persoană citește conținutul de pe blogul tău și îi place. Acesta

spune câtorva din prietenii săi. Dintre aceștia, câtorva le place conținutul și spun altor prieteni de-ai lor, care, la rândul lor, spun altor prieteni.

Nu e greu de văzut că, în acest ritm, vestea despre site-ul tău se va răspândi repede iar vizitatorii vor crește exponențial.

Asta înseamnă mai mult trafic, deci mai multe clickuri pe reclame sau mai multe vânzări.

Marketingul viral se folosește de rețeaua socială a vizitatorilor pe care îi ai deja pe site. Însă un om nu își deranjează prietenii pentru ceva banal.

Trebuie ca lucrul pe care tu îl prezinți pe site să aibă anumite caracteristici, astfel încât vizitorul tău loial să fie atât de încântat încât va trimite linkul prietenilor săi spunându-le:

"Hei, uite ce am găsit pe site-ul ăsta! E absolut bestial!"

Și iată și cea mai tare parte a marketingului viral:

Oamenii sunt mai receptivi la alți oameni pe care îi cunosc și în care au încredere.

Campaniile de promovare obișnuite pot fi foarte eficiente dacă știi cum să le faci. Însă practic, ceea ce faci cu ele, este să abordezi oameni care nu știau de site-ul tău și să le prezinți oferta.

Această abordare "la rece" îi va face pe mulți suspicioși. În fond, suntem bombardați de reclame în fiecare zi. Ultimul lucru pe care

ni-l dorim este să mai apară încă o afacere care să încerce să ne vândă ceva.

La marketing viral e altfel. Cititorii loiali ai blogului tău vor fi cei care își abordează prietenii și cunoștințele pentru a-i direcționa către blog. Vezi diferența?

De ce să folosesc marketing viral?

Pentru că e ieftin. Odată ce ai dat drumul campaniei, nu ai de plătit costuri publicitare care să îți golească buzunarele. Pur și simplu lași cititorii blogului tău să facă promovarea pentru tine.

Asta înseamnă că ai de plătit doar niște costuri inițiale, urmând ca, dacă acea campanie are succes, să meargă de la sine.

În plus, cititorii fideli vor deveni acum și mai fideli, pentru că au găsit încă un lucru de valoare în plus pe blogul tău.

Pe lângă vizitatorii care vor intra la recomandarea altora, un alt beneficiu este că alte site-uri vor pune link către tine. Mai multe linkuri, după cum știi deja, înseamnă că vei apărea mai sus în motoarele de căutare.

Spre exemplu, cunosc o grămadă de site-uri care afișează concursuri. În momentul în care apare un concurs pe un site,

acestea pun detaliile, link către regulament și link către pagina principală a concursului.

Oricâți bani ai arunca pe publicitate, vor exista întotdeauna potențiali clienți care nu vor vedea mesajul tău publicitar.

Poate nu intră pe site-ul pe care ți-ai pus banner sau poate nu caută în Google cuvintele tale cheie, pentru care ți-ai făcut campania ad-words.

Dacă vrei un blog cu adevărat de succes, strategia câștigătoare este să ataci marketingul din toate părțile.

O strategie de marketing viral va completa sublim strategia de a aduce vizitatori prin campanii PPC, linkuri plătite sau trafic organic.

Practic, marketingul viral are la bază următoarea zicală:

Nu încerca să cauți clientul. Te va găsi el pe tine.

Să vedem acum câteva tehnici pe care le poți folosi pe blog pentru a "a face vâlvă" – în sensul bun al cuvântului.

Este important să ții mereu cont de faptul că clienții tăi nu sunt proști. Aceștia își vor da seama dacă ofertele tale sunt ceea ce

caută sau e doar un truc ieftin de publicitate. Dacă informațiile o să le fie folositoare îi vor îndemna și pe alții să viziteze site-ul.

Cheia tuturor acestor tehnici de generare a traficului viral este să oferi ceva ce se leagă în mod direct de experiențele utilizatorilor. Poți realiza acest lucru prin oferirea de informații utile, despre ceva nou și interesant sau despre ceva distractiv și plin de umor.

Ceea ce tu oferi trebuie să fie unic deoarece astăzi există atât de multe informații la doar un click distanță. Conținutul poate să fie complet nou sau să analizeze lucruri vechi din alte puncte de vedere.

Dacă mesajul tău nu va atinge în nici un fel vizitatorii, acesta nu va fi viral și vei avea parte de foarte puțin trafic de pe urma lui.

Trebuie să fii foarte focusat pe vizitator, pentru a face o campanie de marketing viral să meargă. Trebuie să îl înțelegi foarte bine, să anticipezi reacția sa la ceea ce îi prezinți. În plus, trebuie să-ți modifice campania pentru a-ți mări șansele de a-l face să dea vestea mai departe prietenilor săi.

În timp ce pentru mulți, traficul viral este o realizare unică, alții reușesc să aibă succese repetate din acest punct de vedere. În

momentul în care mesajul tău se va transmite viral îți va mări traficul pe site în mod vizibil, într-o perioadă aproximativ scurtă de timp. În plus pe lângă acest beneficiu vei fi surprins când de persoane vor vrea să devină abonații tăi, ceea ce îți va mări și traficul zilnic.

Dacă ai făcut o campanie de marketing viral, ai obținut niște rezultate modeste și, în plus, te mai și secăt de energie, asta nu e o scuză să spui că "ai făcut tot ce ai putut".

Nu există așa ceva! O campanie de marketing viral e doar începutul. Din ea înveți lucruri extrem de valoroase despre cum să desfășori campaniile virale următoare.

Atât timp cât vei continua să publici informații unice, precum și materiale utile și convingătoare, cei care se vor abona și nu doar ei, o să revină zilnic pe site. Ai mai multe șanse ca succesul tău viral să se repete, dacă mesajele pe care le publici sunt văzute de cât mai multe perechi de ochi.

Tehnicile de generare a traficului viral trebuie să facă parte dintr-o strategie dezvoltată de marketing. Nu este indicat să fie folosite ca și metode unice deoarece astfel vor aduce numai un flux redus

de trafic. Însă atunci când mesajul tău va devii viral, fluxurile multiple pot să se transforme repede în trafic intens.

Analizează metodele prezentate în lista de mai jos și alege-le pe cele care funcționează cel mai bine pentru tine și afacerea ta. Există mari șanse ca nu toate să se potrivească fiecărui caz. Unele funcționează împreună de la sine, iar altele nu.

Acesta listă este menită să fie un instrument; un exemplu al lucrurilor care au funcționat pentru mine și pentru Andrei. Ea nu este și nu va fi niciodată completă în ceea ce privește tehnicile care sunt posibile să funcționeze în cazul tău. Cu ajutor celor prezent poți să descoperi și alte idei bune, cheia este să te gândești mereu la ceea ce este mai potrivit pentru afacerea ta.

Fii creativ. Cu cât vii cu mai multe idei de marketing viral, cu atât cresc șansele să o găsești pe cea care îți va aduce o droaie de vizitatori pe site.

Pasul următor este să îți iei inima în dinți și să încerci. Multora le e frică de faptul că, dacă au un site mic, campania lor de marketing va da greș.

Eu i-aș întreba așa: "dacă nu ai încredere în site-ul tău, de ce mai lucrezi la el? De ce contemplezi să faci campanii de marketing viral și să îl crești, dacă nu ești sigur că cea ai tu pe blog e important pentru alții?"

Hai să nu mai pierdem vremea și să-i dăm drumul cu tehnicile de marketing care aproape că îți vor garanta succesul la acest capitol.

1. Oferă conținut, produse și servicii de calitate

Oferind conținut, produse și servicii de calitate este cea mai bună cale de a-ți construi o reputație bună și de avea trafic repetat pe site. Studiile au arătat că în medie atunci când cineva trăiește o experiență pozitivă povestește altor două persoane, iar în cazul unei experiențe negative povestește altor șapte persoane.

Acestă acțiune de a spune apropiaților tot ce se întâmplă în viața noastră stă la baza tehnicilor de generare a traficului viral. Fiindcă dacă clienții tăi nu povestesc nimănui despre tine și afacerea ta trebuie să te străduiești de unul singur să faci toată treaba de marketing.

Pentru a-ți mări numărul de clienții trebuie să îți crezi o reputație de expert în domeniul tău, să fii foarte interactiv sau să deții informații unice. Însă acest lucru nu se va întâmpla niciodată dacă conținutul site-ului tău va fi alcătuit din prostii ieftine, reciclate de pe site-ul altcuiva. Pentru a avea succes ceea ce expui pe piață trebuie să reprezintă, întotdeauna, propria ta muncă și să fie ceva diferit față de ceea ce poate fi găsit pe alte site-uri.

Originalitatea este cheia principală deoarece în timp ce reputația ta de expert va crește, ceilalți producători de website-uri și bloguri vor auzi inevitabil despre tine și o să înceapă să acorde tot mai multă atenție website-ului tău.

Cu puțin noroc ei vor începe să vorbească despre ceea ce faci și este posibil să ofere chiar și link-uri de pe site-ul lor către al tău. Iar în aceste condiții toți cititorii lor devin în mod direct potențialii tăi clienți. Linkurile către site-ul tău vor apărea tot mai des dacă calitatea materialelor pe care le produci este una foarte bună, iar fiecare link reprezintă o cale pe care vei primi noi vizitatori zilnic.

Dacă nu consideri că ai abilitatea de a crea ceva atât de special încât să atingă sensibilitatea și nevoile oamenilor într-un mod prosper pentru tine, vei fi nevoit să angajezi alte persoane care să

facă acest lucru în locul tău și din fericire există foarte multe servicii menite să te pună în legătură cu scriitori independenți, designeri de website-uri și designeri de programe.

Trebuie doar să fii dispus să ai încredere într-un astfel de scriitor, independent, ce nu și-a stabilit încă obiectivele în viață. Datorită faptului că există foarte mulți vei găsi repede unul care să lucreze pe un salariu relativ mic, în schimbul experienței pe care o va primi la acel loc de muncă. Dar ai mare grijă fiindcă știi cum se spune: de multe ori primești ceea ce plătești.

Am vorbit despre cum să găsești writeri și cum să conturezi oferta într-un capitol anterior.

2. Oferă ceva gratis

Unul dintre cele mai noi și bune exemple de dezvoltare a afacerilor prin oferirea unor servicii sau produse gratis este compania Hotmail. Aceasta oferă în mod gratuit servicii și adrese de email tuturor celor care se înscriu și prin această tehnică s-a ajuns ca astăzi milioane de utilizatori să dețină adrese de Hotmail.

Ceea ce i-a făcut pe cei de la Hotmail să ajungă prinre primii în top a fost unul dintre cele mai vechi succese ale traficului viral. La sfârșitul fiecărui email trimis prin intermediul unuia din acele conturi gratis era un mesaj ce informa destinatarul cum poate și el să obțină un cont gratis de la Hotmail. Astfel numele companiei a devenit tot mai cunoscut de fiecare dată când un utilizator trimitea un mesaj.

Știi cum a făcut Hotmail bani din conturile gratis? Prin oferirea de servicii premium clienților, cum ar fi spațiu de stocare adițional, abilitatea de a trimite mesaje care să nu conțină reclame etc.

Compania a avut așa de mult succes încât în 1997, la mai puțin de doi ani de la lansare, se lăuda cu peste opt milioane de utilizatori și a fost achiziționat de către Microsoft. Face parte din topul celor mai bune servicii de email ce stau la baza internetului din întreaga lume.

Sigur, cazul Hotmail este unul de referință pentru marketingul viral și e greu de replicat. Însă asta nu înseamnă că nu putem învăța din el pentru a ne face propriile noastre campanii virale de succes.

Nu uita că oamenii adoră să primească lucruri pe gratis. Dacă arată interesant și pe lângă alte beneficii pe care le deține este gratis vor fi mai mult decât încântați să încerce orice le vei oferi. Atenție însă, este ușor să determini pe cineva să încerce primele tale oferte, dar adevărata provocare vine abia atunci când euforia oferită de orice este nou dispare. Atunci trebuie să convingi acea persoană să continue folosirea produselor.

Un element critic pe calea spre succes este folosirea repetată a produselor, iar asta se datorează faptului că expunerile multiple întipăresc numele companiei tale în mintea clienților. Oamenii au tendința de a cumpăra mult mai repede de la o companie de care au auzit decât de la una parțial necunoscută. Este posibil ca aceștia nici măcar să nu știe când, cum sau de unde au auzit numele, dar sentimentul de familiaritate îi va determina să fie mult mai deschiși.

3. Creează un clip video viral

Ai auzit de Youtube? Mai mult ca sigur că da. Milioane de oameni din întreaga lume urmăresc zilnic videoclipuri ce sunt stocate în librăria virtuală a acestuia.

Youtube profită de faptul că astăzi tot mai multă lume își petrece timpul destinat recreației navigând pe internet. Publicul s-a obișnuit să aibă posibilitatea de a alege metoda de divertisment care o doresc, să nu fie obligați să accepte tot ceea ce le este „aruncat în față”.

Ești suficient de creativ, destul de trăznit și deții informații de ultima oră? Atunci ai putea foarte repede să fii chiar tu următorul videoclip „hot” de pe Youtube. Videoclipurile care au cea mai mare șansă de a se propaga în mod viral sunt cele ce au legătură cu evenimentele recente, mai ales dacă poți să le publici înainte să apară pe site-urile de știri.

Dacă decizi că aceasta este una din metodele pe care dorești să le folosești, asigură-te că ai o idee nouă și nu o copie a ceva ce a fost demult în topuri. Nu ai nevoie echipament de calitate pentru a face un videoclip decent, iar dacă dorești ca acesta să fie văzut ca fiind o producție de calitate trebuie să îți îndrepti foarte mult atenția asupra conținutului.

Sfatul meu este ca la sfârșitul clipului să postezi o reclamă promoțională, de 3-5 secunde care să conțină URL site-ului tău. În

acest mod cei care se uită la videoclip știu unde pot să găsească mai multe informații despre acel subiect.

Asigură-te că pagina unde vor ajunge se potrivește cu tema clipului fiindcă dacă acesta a fost distractiv, iar pagina va fi serioasă și nu va conține în niciun fel informații ce au legătura cu ceea ce vizitatorii tocmai au văzut, aceștia o să stea acolo numai pentru câteva secunde.

În momentul în care videoclipul tău este gata și arată exact așa cum îți dorești, încarcă-l pe Youtube. Compania oferă servicii care permite proprietarilor de website-uri și utilizatorilor de rețele sociale, precum MySpace, să plaseze clipuri pe site-ul lor. În plus, dacă videoclipul tău ajunge să meargă viral potențialii clienți îl vor putea vedea atât pe site-ul gazdă cât și pe alte site-uri ce aleg să îl posteze.

4. Fă un e-book gratuit

Ai observat faptul că în ultimul timp tot mai multe site-uri oferă cărți online, gratuite celor care se abonează la ei? Tot ce trebuie să faci este să îți scrii adresa de email, apoi dai click pe un link și

astfel accesezi, în mod instant, o carte online plină cu informații folositoare.

Motivul principal pentru care atât de mult site-uri au început să folosească această metodă de publicitate se datorează faptului că funcționează cu adevărat. Iar tu o poți face să meargă și pentru afacerea ta în următorul mod: scrie o carte mică, e-book pe un subiect ce are legătură directă cu afacerea ta. Poți să introduci câteva informații despre ceea ce tu faci, un link direct spre website-ul tău – ce îți va aduce trafic, câteva locuri cheie etc. Apoi o postezi pe site și oferi tuturor oportunitatea de a descărca, dacă doresc o copie gratuită.

Însă munca nu se oprește aici. Încurajează pe oricine căruia îi place cartea ta să o ofere gratuit pe propriul site. Dacă informația pe care o conține este folositoare și bine scrisă numărul site-urilor ce o să accepte oferta ta o să începe să crească și în curând 50, 100 sau chiar 1000 de site-uri te vor ajuta să răspândești informații despre afacerea ta.

O campanie de succes ce conține informații oportune și utile poate să aducă trafic intens site-ul tău timp de câteva luni sau chiar ani. Trebuie să ai însă foarte mare grijă să nu exagerezi cu

informațiile despre tine sau să nu incluzi prea multe linkuri către site deoarece cu cât povestești mai mult despre tine cu atât vor fi mai puțin interesați ceilalți să o promoveze.

Un avantaj de a avea prezentată propriul tău ebook în fața a milioane de ochi este că îți vei stabili în mod indirect credibilitatea. Oamenii cred mult mai mult într-un „expert” al publicațiilor decât într-o persoană ce nu a scris nici o carte, chiar dacă aceasta este foarte scurtă. Lumea va începe să îți recunoască numele și să îl asocieze cu ceva din viitor fiind mult mai binevoitori și interesați să se uite peste informațiile ce le vei publica mai târziu.

Pentru a afla cum poți să îți crezi propria ta carte online trebuie să faci câteva cercetări în lumea programelor ce te pot ajuta cu indicații sau care îți salvează documentul în format PDF. Alege să folosești un program care să îți permită să incluzi în text linkuri active, pe care se poate da click fiindcă dacă persoana care citește cartea trebuie să copieze și apoi să lipească linkul într-un motor de căutare, este foarte puțin probabil că o va face. Alege calea cea mai ușoară, din toate câte există, pentru ca vizitatorii să ajungă la site-ul tău.

De asemenea trebuie să te asiguri că programul pe care îl folosești nu va permite nimănui să modifice informația pe care tu o vei redacta. Pe lumea asta există și oameni mai puțin cinstiți care vor încerca să elimine referințele cu privire la persoana ta și linkurile către site-ul tău pentru a-și include propriile lor informații. De aceea au fost introduse pe piață programe care te ajută să îți asiguri informația.

5. Oferă conținut gratuit altor bloguri

Un al mod foarte bun de a răspândi informații despre afacerea ta este să oferi spre a fi postat conținut gratuit altor bloguri și site-uri. Toată lumea dorește să posteze informații cât mai noi și un conținut cât mai bine redactat. Iar din fericire pentru tine nu toată lumea are timpul sau abilitatea necesară să se ocupe de aceste detalii.

Numărul site-urilor și blogurilor de pe internet crește zi de zi și, odată cu acesta, crește și numărul cererilor pentru scriitori de

articole și bloggeri care să întâmine oaspeții la primia lor vizită pe site.

Aici intervine rolul tău – acolor site-uri trebuie să le oferi conținut gratis pe care să îl poată folosi. În acest mod ei primesc informații folositoare pentru a le posta pe site și plătesc costurile de marketing, iar tu îți promovezi numele. Este o situație de pe urma căreia toată lumea are de câștigat.

Caută doar acele bloguri care acoperă domeniul tău pentru a le oferi serviciile tale. Dacă aceștia îți vor cere înainte de a-ți accepta oferta o mostră a articolelor pe care le redactezi este indicat să accepți deoarece înainte de toate aceștia sunt și ei oameni ce au propriile standarde în ceea ce privește calitate de care trebuie să țină cont.

Dacă ai un anumit articol în minte arată-le doar primele 2-3 paragrafe, iar dacă mostra trebuie să fie reprezentată de un articol întreg nu trimite articole pe care le ai redactate, scrie altul „de probă” în care să demonstrezi ceea ce ești capabil să faci.

După ce ai terminat de redactat articolul poți să adaugi la sfârșitul acestuia un mic paragraf „despre autor”, în care să incluzi informații despre afacerea ta și cel mai important un link către

site-ul tău. Astfel vei primi valuri de trafic de pe acele site-uri, iar dacă materialul va apărea în viitor și pe alte site-uri ai toate șansele ca la un moment dat să fie preluat și de site-urile de relații sociale sau de un alt blogger și devenind viral.

6. Folosește linkuri "momeală"

„Linkurile momeală” au parte de reacții diferite printre cei care se ocupă cu marketingul pe net. Acest termen se referă la convingerea vizitatorilor de a posta un link pe site-ul lor care să ducă către site-ul tău. Tot ce trebuie să faci este să scrii articole care să atragă atenția celorlalți proprietari de site-uri sau bloggerilor. Astfel ei creează o conexiune cu site-ul tău prin comentarii cu referire la ceea ce tu ai postat.

Motivul pentru care această tehnică de a genera trafic viral este privită câteodată negativ se datorează faptului că unii marketeri utilizează metode oarecum controversate pentru a obține aceste link-uri. În timp ce, cele mai multe tehnici sunt foarte legitime, există unele care depășesc limita bunului simț și nu sunt adecvate pentru a fi utilizate.

Există multe moduri de a determina alte site-uri să afișeze un link către site-ul tău, multe pe care le-am discutat deja cum ar să oferi

informații folositoare și noi sau un punct de vedere unic cu privire la informațiile existente.

Acest detaliu este foarte important dacă ai ajuns să fii creditat ca fiind persoana ce are mereu știri de ultima oră, iar dacă această tehnică funcționează poate să îți aducă foarte repede trafic. Partea proastă este că știrile noi au o viață foarte scurtă și efectul viral de pe urma lor nu durează mai multe de o zi sau două.

Un alt mod este folosirea umorului deoarece oamenii adoră glumele. Trucul este ca în același timp în care îți faci înțeles mesajul să oferi și o nota de umor. Poți oferi de asemenea instrumente sau jocuri care să conțină linkuri și pe care ceilalți le pot folosi pentru propriul site.

Băncile și companiile de telefoane oferă pe site-ul lor calculatoare financiare sau de împrumut deoarece în timp ce tu folosești calculatorul ele îți pot afișa anumite mesaje despre produsele și serviciile extra pe care le oferă. Chiar dacă nu te uiți în mod direct la acele informații, ele se vor imprima în creierul tău și vei recunoaște mult mai ușor numele companiei.

Ultima modalitate este cea mai controversată și se bazează pe puterea de controversă pentru a obține plasarea de linkuri.

Modul în care acționează se bazează pe poziția contrară a unui proprietar de site-uri sau a unui blogger împotriva unui subiect popular sau a unei persoane cunoscute. Celelalte bloguri vor începe să comenteze articolele tale, fie pentru că nu pot să creadă că ai avut curajul să afirmi acele lucruri, fie datorită faptului că doresc să vină în apărarea persoanei pe care ai atacat-o.

Motivul pentru care această tehnică este văzută ca fiind oarecum controversată se datorează faptului că, de cele mai multe ori, ceea ce afirmi nu este adevărat. Uneori nici persoana care postează articolul nu crede conținutul acestuia, însă adoptă o poziție contrară numai de dragul pasiunii și a linkurilor.

Pericolul la care te expui folosind această metodă este afectarea reputației și credibilității pe care le-ai consolidat până în acel moment. Dacă ești catalogat ca fiind o persoană care aduce probleme sau vulgar, mulți dintre vizitatorii tăi o să părăsească site-ul.

Așadar de ce riscă proprietarii de site-uri să își piardă clienții? Primul motiv este fluxul imediat de trafic pe care îl primesc fiindcă chiar dacă mulți nu sunt de acord cu opinia lor vor

continua să le urmărească site-ul pentru a vedea și alte informații controversate.

Al doilea motiv se datorează faptului că linkurile reprezintă popularitate și unele motoare de căutare, în special Google, determină locul pe care se situează site-ul tău în clasament după numărul de site-uri ce au postat linkurile tale.

Pentru unii proprietari traficul generat de linkuri depășește consecințele negative care ar putea veni în urma unei reputații negative. În ceea ce privește afacerea ta trebuie să ții cont și să decizi ce este mai important: o mărire bruscă de trafic sau construirea unui echilibru, unui flux regulat de clienți care va continua să revină pe site mult timp de acum înainte.

7. Organizează concursuri

Oamenii adoră să câștige lucruri și să fie recunoscuți ca fiind câștigători. Fii creativ în decizia premiului, dar ia în considerare și cât de multă valoare va avea acesta în ochii clienților. Chiar dacă premiul nu trebuie să fie valoros, trebuie să fie folositor sau să

aiă o semnificație foarte importantă pentru câștigător. Asigură-te că vei oferi ceva ce clienții își doresc cu adevărat, nu doar ceva publicitar pentru afacerea ta.

Un banner ce conține adresa ta de web nu va genera un interes prea mare vizitatorilor. De aceea reclama sau adresa ta de web trebuie să fie postată într-un loc vizibil dar atenție – conținutul acesteia nu trebuie îndreptat doar asupra produsului pe care îl oferi.

Dacă gestionezi o afacere cu website-uri, publicitatea gratuită a câștigătorului pe site-urile tale nu te costă nimic, însă dacă site-ul nu atrage foarte mult trafic premiul nu va fi considerat ca fiind foarte valoros.

Un exemplu, pe „Fii cu stil!” am organizat un concurs viral prin care ofeream câte o carte garantat oricărei persoane care urma să adune 300 de voturi din partea prietenilor.

Iată cum a crescut numărul vizitatorilor pe 1 aprilie, data lansării:



Organizarea de concursuri este o modalitate foarte bună de a aduce trafic intens și în afară de costul premiilor această tehnică nu mai implică nici un alt cost.

Există website-uri și bloguri ce sunt implicate în afacerea de a spune oamenilor despre concursurile ce se desfășoară pe internet. Tot ce trebuie să faci este să contactezi acest site-uri și să îi anunți despre concursurile pe care le organizezi, iar dacă acestea merită să fie menționate ei le vor posta.

În multe cazuri însă, cum a fost cazul concursului de la „Fii cu stil!”, site-urile au fost acelea care mi-au adăugat concursul pe prima pagină a lor, fără ca eu să-i contactez și fără ca ei să mă anunțe.

În plus dacă informația va fi destul de bună și creativă este posibil să atragă și atenția altor bloggeri care vor răspândi la rândul lor anunțul. O modalitate bună de a profita de această tehnică este să organizezi în mod repetat concursuri. Astfel îți vei face clienți fideli pe care îi vei păstra în mod sigur.

Aceștia nu vor reveni numai pentru a se înscrie la alte concursuri ci pentru a verifica periodic site-ul, să vadă când începe și despre ce este vorba în următorul concurs.

Însă nu m-am oprit aici cu concursurile pe "Fii cu stil!" am trimis cărți la alte site-uri care au organizat propriile lor concursuri, având ca premiu cărțile mele.

Eu m-am oferit să le livrez cărțile câștigătorilor iar ei să pună un link către mine în cadrul articolului ce descria concursul. Interesant, nu-i așa?

8. Ajută-ți vizitatorii să poată recomanda cât mai simplu site-ul altor persoane.

Ai observat faptul că tot mai multe site-uri au inclus un simplu buton ce îți permite să le spui celorlalți despre site-ul pe care îl vizitezi? Acestea butoane au ajuns foarte populare deoarece proprietarii de site-uri au învățat că dacă doresc ca vizitatorii lor să facă ceva pentru ei, trebuie să le ofere calea cea mai simplă posibilă de a face acele lucruri.

Click-ul pe un buton este cea mai simplă modalitate, însă va fi foarte greu să te hotărăști unde este cel mai bine să îl plasezi.

Astfel dacă nu te ocupi cu web design va trebui să plătești un expert să se ocupe de acest mic detaliu.

Butonul rulează un mic cod, un script numit "spune unui prieten". Atunci când vizitatorul dă click scriptul deschide o fereastră, care îi va permite acestuia să introducă adresa de email a prietenilor lui și un scurt mesaj pentru a le explica despre ce este vorba.

Puterea acestui script ne duce înapoi la ceea ce am mai discutat; oamenii ascultă foarte atent tot ce le spun prietenii și familia. Între ei există un nivel de încredere la care tu nu vei putea ajunge, cel puțin nu de la început deoarece acest tip de încredere se construiește în timp.

Îți va susține butonul "spune unui prieten" fluxurile de trafic? Poate că nu, dar îți va aduce trafic nou ce este foarte probabil să se repete.

9. Asigură-te că cei care citesc pot să trimită pagina prin email și prietenilor

Un alt mod de a-ți încuraja cititorii să le spună și prietenilor despre tine este prin oferirea posibilității de a trimite, prin email, un link al site-ului tău. Modul de acțiune al acestei tehnici este foarte similar cu cea a butonului „spune unui prieten”.

Dacă cineva are o părere bună despre site-ul tău și va considera articolele ca fiind interesante are la dispoziție opțiunea să dea click pe un buton ce le deschide o fereastră în programul lor de email. Scriptul pe care acel butonul îl activează o să introducă adresa ta de web în fereastra mesajului respectiv și apoi clienții pot să completeze adresele de email la care doresc să trimită linkul, precum și un mesaj scurt.

Un motiv datorită căruia această tehnică funcționează este fiindcă mesajul vine de la o persoană în care cei care îl primesc au încredere și pe care o cunosc. Emailul nu va fi oprit de filtrele pentru spam, de aceea există șanse mari să fie deschis și citit.

Mai nou există niște butoane de Facebook pe care le pui pe site, așa-numitele butoane de ”Like”. Bloggerii care le folosesc au raportat chiar și o creștere de 40% a traficului pe site! De ce?

Pentru că, în momentul când vizitatorul citește articolul și apasă pe *Like*, un mesaj îi apare pe Wall. Asta înseamnă că va fi vizibil

tuturor prietenilor săi de pe Facebook. Și, îți dai seama, acei prieteni sunt oameni reali, adăugați de el unul câte unul.

10. Oferă un e-comment sau servicii prin e-carduri (felicități online)

Rețele sociale au devenit un mod foarte popular prin care oamenii țin legătura unii cu ceilalți. Dacă nu ai intrat încă pe MySpace sau Facebook merită să încerci. În timp ce multă din publicitatea pe care aceste site-uri o au se datorează adolescenților, afacerile au descoperit că acestea reprezintă de asemenea modalități folosite de a-și construi și consolida piața de desfacere.

Un lucru pe care site-urile de acest tip îl au în comun este locul unde vizitatorii pot să lase comentarii. De cele mai multe ori aceste comentarii reprezintă mesaje între prieteni, însă unele pot să conțină și fotografii digitale sau grafice cu mesaje predefinite. Unele site-uri oferă gratis posibilitatea de a lăsa aceste e-comenturi, astfel dacă vei vedea unul care îți place foarte mult și vrei să îl împarți cu prietenii ai posibilitatea de a copia un o un

cod pe care să îl lipești mai apoi în căsuța pentru comentarii a celor care dorești să îl vadă.

În timp ce te vei uita la unele e-comenturi este posibil să observi că pe fiecare, la bază există un nume al unei companii sau o adresă de web. Multe din aceste grafice sunt linkuri pe care poți să dai click și care te vor redirecționa către site-ul persoanelor ce l-au creat.

Astfel dacă e-comentul tău este destul de atractiv, utilizatorii rețelelor sociale o să îl împărtășească cu prietenii, iar atunci când prietenii tăi sau prietenii prietenilor tăi vor vedea graficul o să devină interesați și de celelalte e-comenturi pe care tu le-ai creat și vor da clic.

Un serviciu similar este oferirea de e-carduri (felicitări online). Oamenii caută mereu felicitări pentru a le trimite prietenilor, membrilor familiei, cunoștințelor sau colegilor de la locul de muncă fiindcă sunt ușor de folosit și și-au menținut popularitatea de-a lungul anilor. Felicitările pot fi găsite sub diferite designuri, cu muzică sau fără, statice sau animate. Unele au atașate animații foarte simple sau foarte elaborate.

Atunci când găsești felicitarea care îți place, ai posibilitatea să atașezi acesteia un mesaj și emailul persoanei la care dorești să ajungă.

Un e-mail este trimis destinatarului prin care acesta este informat că prietenul lui i-a trimis o felicitare online și îi este oferit un link care îi va permite să o vizualizeze. În același timp va primi și un un text scurt care îi va spune cine a trimis mailul.

Trebuie doar să le oferi un motiv bun pentru a da click pe linkul care îi va duce exact acolo unde vrei tu. Nu este necesar să elaborezi un program sofisticat care să genere e-cardurile, acestea trebuie să fie unice și creative.

Dacă te ocupi cu prelucrări digitale sau artă grafică, acesata poate să fie o oportunitate foarte bună pentru a-ți pune în practică talentul pentru a creea trafic site-ului tău sau în caz contrar poți să angajezi un designer să creeze e-cardurile pentru tine.

11. Scrie articole pentru persoane care se ocupă cu publicarea acestora

Am menționat mai devreme că oamenii ascultă de obicei persoanele pe care ei le consideră experți sau în care au încredere. De ce nu poți să fii tu acel expert? Dacă știi destul de multe despre un anumit domeniu încât să îți crezi o afacere în jurul lui, ești un expert. Tot ce ai nevoie pentru a-i convinge și pe cei din jur de acest lucru este o strategie de marketing.

O metodă pentru a te clasifica ca fiind expert și pentru a avea parte de puțin mai multă expunere atât pentru tine cât și pentru afacerea ta este să scrii articole pentru persoane care se ocupă cu publicarea acestora. Scrii un articol ce are legătură cu afacerea ta și apoi îl publici pe unul din site-uri publice ce se ocupă cu acest lucru.

Atunci când lumea îți va citi articolul, vor vedea de asemenea și numele tău și considera că știi despre ce vorbești. Oamenii își vor aduce aminte de numele tău și al afacerii tale mult mai repede dacă acestea vor apărea în cât mai multe locuri publice. De-a lungul timpului cu cât vei avea mai multe expuneri vei începe să îți construiești recunoașterea mărcii.

Există două moduri prin care cei ce se ocupă cu publicarea articolelor îți permit promovarea numelui. Unele site-uri precum

ezinearticles.com, te lasă să postezi 1-2 propoziții „despre autor” la sfârșitul articolului. Astfel ai oportunitatea de a pune împreună un scurt comentariu despre tine și afacerea ta, și un link către site-ul tău.

În momentul în care cei care îți citesc articolele dau click pe link pentru a vizita site-ul devin „pre-calificați” fiindcă aleg această opțiune bazându-se pe informația pe care au citit-o.

Aceștia nu sunt păcăliți prin trucuri ieftine să îți viziteze site-ul și nici nu au fost presați de mailuri spam să aleagă această opțiune. Sunt acolo pentru că așa au decis ceea ce, îi va face mult mai deschiși pentru a-ți recepționa mesajul și crește probabilitatea ca ei să dorească achiziționarea produselor sau serviciilor tale.

În afară de traficul pe care site-ul tău îl va avea în mod direct de la acel articol, dacă acesta va fi foarte bun poate să ajungă și pe alte site-uri. Un alt beneficiu în a scrie aceste articole este că acestea pot să îți furnizeze o cantitate redusă de venit deoarece multe dintre aceste site-uri oferă repartizarea veniturilor ce vin de pe urma publicității pe care articolul o generează. Suma pe care o vei primi pe articol de obicei nu este foarte mare, dar mai multe articole în timp pot să creeze un venit substanțial.

12. Asigură-te că ai angajați devotați

Cei mai buni avocați pe care îi ai pentru afacerea ta sunt trecuți deja pe statutul tău de plată. Angajații tăi au deja un interes în a transmite cunoștințelor numele companiei fiindcă dacă tu ai succes ei continuă să își mențină locurile de muncă, iar în caz contrar cel mai probabil vor ajunge să fie șomeri.

Angajații companiei îți cunosc afacerea mai bine decât oricine altcineva. Pot să discute despre părțile bune sau rele și să le spună celorlalți de ce produsele și serviciile pe care tu le oferi sunt superioare față de cele ale competiției. Angajați entuziaști vor răspândi familiei, prietenilor și cunoștințelor vorba despre compania ta fără ca tu să le plătești nimic în plus. În timp devine o parte a conversației lor normale cu ceilalți oameni.

Cheia succesului este abilitatea ta de a asambla o forță de muncă loială și dedicată. Dacă vei reuși să faci acest lucru, atunci vei avea potențialul să ajungi și la putere. Transformă-ți angajații într-o echipă de marketing și lasă-i să răspândească vorba despre cât de

bună este compania ta. Dacă ei o să creadă cu adevărat acest lucru, entuziasmul lor va deveni infecțios, iar oamenii o să îi creadă fiindcă este clar că angajații companiei au încredere în ei.

13. Înfințează un program de afiliat care să le altor persoane să vândă produsele și serviciile tale.

Dacă nu te-ai gândit niciodată să folosești un program de afiliat pentru a-ți vinde produsele ar fi cazul să ții cont și de această opțiune.

Există mii de oameni pe internet care doresc să fie capabili să facă în vânzări online, dar nu au produse. Dacă le vei permite să vândă produsele tale, poți să ai un număr nelimitat de vânzări și oameni ce se ocupă de marketingul produselor tale pe baza unui singur comision.

Există programe care pentru o taxă mică, de obicei un procent din vânzări, vor face toată munca pentru tine. Ei vor lista site-ul din baza lor de date unde persoane interesate de vânzarea online te pot găsi. Dacă aceștia sunt interesați de ceea ce tu vinzi, se înscriu

și devin persoane de vânzări afiliate pentru tine. Vor primi un cod de afiliat, iar atunci când cineva merge pe site-ul tău folosind linkul ce conține codul lor și achiziționează un produs, afiliatorul ia creditul de pe urma vânzării.

Sunt păreri pro și contra cu privire la folosirea unui program de afiliere pentru a vinde produsele. Pe de-o parte, ai o forță motivată să vândă care în mod activ îți promovează produsele pe internet. Ei fac toată treaba și te scutesc de costurile trimiterii mesajului tuturor clienților tăi. Cu o forță de muncă destinată exclusiv vânzărilor de o sută poate chiar o mie de persoane nu îți va lua foarte mult timp până vei atinge o gamă largă de potențiali clienți.

Pe partea negativă, în timp ce nu te costă mult în ceea ce privește banii există multe alte costuri implicate. Pentru a convinge pe cineva să suporte toate costurile de promovare a produselor tale trebuie să oferi o compensație semnificativă. Comisioanele de 50 % din prețul de vânzare sunt foarte comune în cazul produselor digitale.

Tarifele pentru elementele corporale sunt mici, dar totuși destul de ridicate pentru ca să merite timpul și efortul afiliatului tău.

Comisioanele ridicate o să scadă în mod semnificativ profitul pe care îl faci în urma fiecărei vânzări. Poți să compensezi această scădere de profit cu mărirea volumului, dar trebuie să fii foarte atent la costurile pe care le vei avea pentru a te asigura că nu pierzi bani în timpul tranzacțiilor.



Evaluare Personală:

Marketingul viral pentru bloguri

1. Ce înțelegi prin marketingul afiliat? Scrie mai jos propria ta definiție, pe baza informației cu care ai rămas citind acest capitol.

2. Enumeră cel puțin cinci dintre strategiile de marketing cu care ai rămas din acest capitol. Încearcă să scrii câte ceva despre ele, apoi recitește capitolul și completează cu lucrurile care ti se par relevante.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is a small dark mark near the top center edge. The paper appears to be part of a notebook or a set of loose-leaf papers.

Anexa: Resurse necesare bloggerilor

Am inclus pentru tine o listă de resurse necesare pentru a te ajuta în drumul tău spre un blog de succes.

De unde poți să angajezi oameni:

- Digital Point Forums – <http://forums.digitalpoint.com>
- Sitepoint Marketplace – <http://marketplace.sitepoint.com>
- Elance – <http://elance.com>
- Guru – <http://guru.com>

De unde poți să-ți verifici page rankul:

- DN Scoop – <http://dnscoop.com>
- GPRC - http://www.prchecker.info/check_page_rank.php
- PR Checker - <http://www.prchecker.info>

Pluginuri esențiale pentru WordPress:

- Ad Management OIO Publisher - <http://www.oiopublisher.com>
- WP 125 - <http://wordpress.org/extend/plugins/wp125>
- All In One SEO Pack - <http://wordpress.org/extend/plugins/all-in-one-seo-pack>
- Spam Management – Akismet - <http://akismet.com>
- Twitter – Tweet This - <http://richardxthripp.thripp.com/tweet-this>

De unde poți să faci rost de teme superbe pentru WordPress:

- Woo Themes - <http://www.woothemes.com>
- Wordpress Themes
<http://wordpress.org/extend/themes>
- WPRemix - <http://wpremix.com>

Programe pentru analiză a traficului:

- Bud URL – <http://budurl.com>
- Google Analytics – <http://analytics.google.com>

Cum poți să ne contactezi?

Dacă ai orice alte nelămuriri, doar trimite-ne un e-mail la adresa

contact@andreihasna.com

sau

contact@fiicustil.ro

sau pe pagina de contact a siteului meu

www.secretulbanilor.com/contact

Îți voi răspunde în cel mai scurt timp posibil!

Și nu uita să te înscrii și pe forum

www.secretulbanilor.com/forum